ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

В. Л. Мартынов

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СЕВЕРО-ЗАПАДЕ РОССИИ

Развитие туризма и сферы услуг вообще является приоритетным направлением развития экономики современного развитого мира. Одна из причин этого заключается в том, что формирующаяся постиндустриальная экономика становится более избирательной в ресурсном отношении. В реальную экономику развитых стран вовлекается все меньшее количество наиболее квалифицированной рабочей силы. Территории, где эта экономика может развиваться, характеризуются наиболее выгодным экономико-географическим положением. Таким образом, большая часть экономически активного населения и территорий не может и не сможет найти себе применение в сфере материального производства, и поэтому просто вынуждено реализовываться в сфере услуг.

Попытаемся понять, каких же успехов в развитии туризма достигла Псковская область, равно как и другие регионы Северо-Запада России. Все статистические данные, приводимые ниже, основываются на официальной информации Федеральной службы государственной статистики.

Анализ данных об изменении численности туристов по методике, используемой в западноевропейских странах (число ночлегов, а не число прибытий, как принято в России) (рис. 1), приводит к простому выводу – существенного роста туристских потоков внутри страны не происходит, соотношение же крупных ее районов остается в целом неизменным.

Точно так же остается в целом неизменным соотношение численности туристов по регионам Северо-Западного федерального округа (рис. 2).

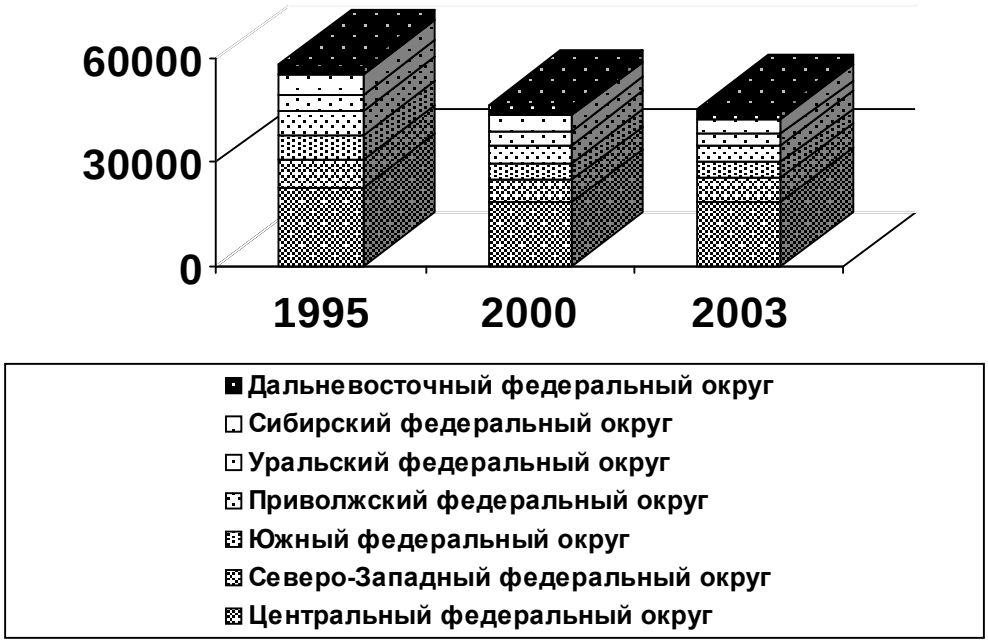

Рис. 1. Число ночевок в гостиницах и аналогичных средствах размещения по федеральным округам России (составлено по: [1])

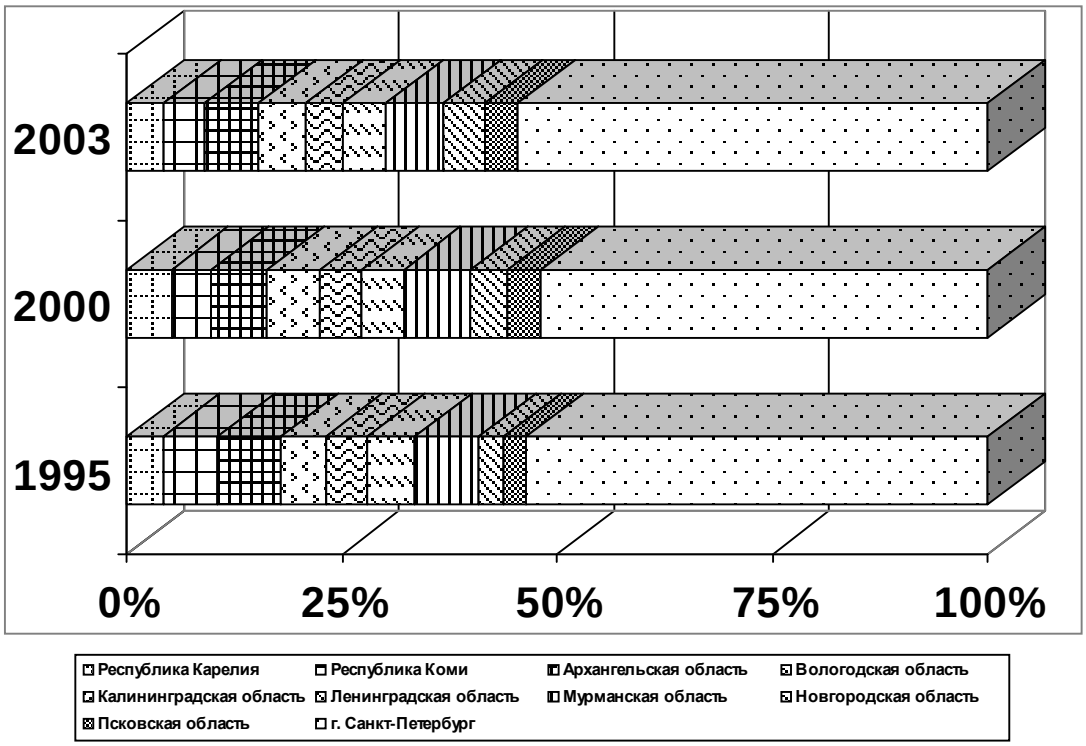

Рис. 2. Доля регионов Северо-Западного федерального округа в общем числе ночевок в гостиницах и аналогичных средствах размещения (рассчитано по [1])

Очевидно, что на протяжении всего исследуемого периода лидирующие позиции в этом отношении занимает С.-Петербург. Меняется общее число мест размещения туристов – снизившись во второй половине 1990-х гг., оно начало расти в первые годы XXI в. (рис. 3).

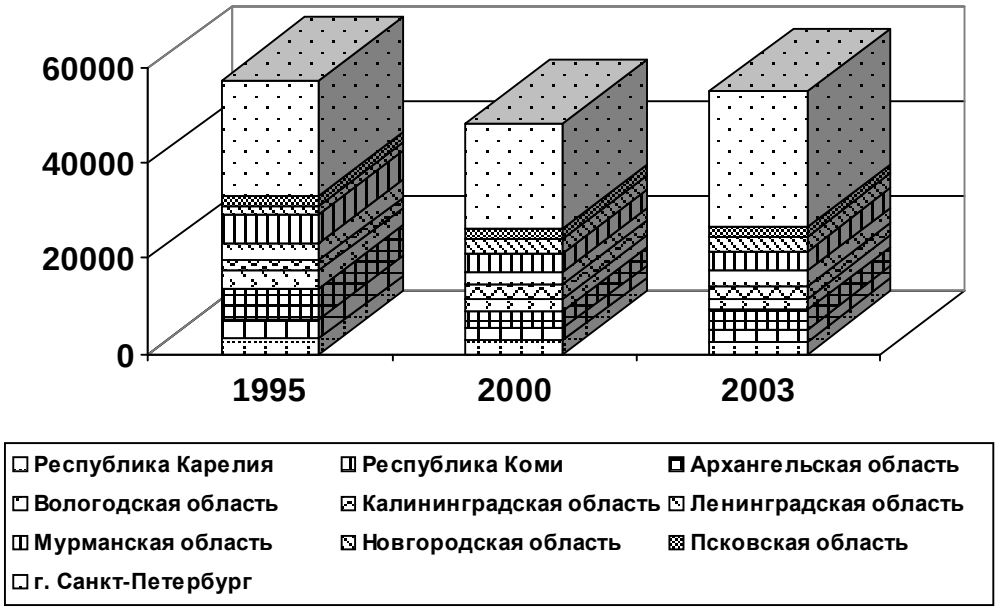

Рис. 3. Число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения в регионах Северо-Западного федерального округа (составлено по [1])

Псков очень гордится гостиницей уровня «4 звезды», но при этом не следует забывать, что и в других регионах Северо-Запада жизнь не стояла на месте, и новые гостиницы вводились и продолжают вводиться в строй буквально одна за другой. В С.-Петербург приходят международные гостиничные сети – Рэдиссон САС, Сокос, Холидей Инн. Кроме этого, не следует забывать, что само по себе строительство гостиниц туристских потоков не формирует.

Анализ как официальной статистики, так и неофициальной информации, приводит к одинаковому выводу – каких-либо кардинальных положительных сдвигов в развитии туристской отрасли ни в России в целом, ни в ее отдельных регионах не происходит. Внутригосударственные туристские потоки невелики и существенных тенденций к росту не испытывают. Лишь в одном учитываемом статистикой направлении туристской деятельности прослеживается бурный рост – резко и даже скачкообразно растет число туристических фирм. Но все эти фирмы «делят» один и тот же пирог, специализируясь главным образом на выездном туризме. Рост выездного туризма происходит непрерывно и устойчиво: в 2000 г. – 4,3 млн. чел., в 2003 г. – 4,6 млн. чел., в 2005 г. – 6,4 млн. чел. [2]. Численность российских граждан, выезжающих за рубеж, примерно в 1,5 раза превышает численность иностранных граждан, прибывающих в Россию. Специализация на выездном туризме очень прибыльна с точки зрения самих фирм, но вряд ли полезна для регионального развития.

Сейчас выездной туризм из России приобретает все более и более цивилизованные очертания. Все больше становится индивидуальных поездок. Тенденции к снижению «групповых» путешественников в Европе стали проявляться в 1990-е гг., в России – в первые годы XXI в. Это в значительной мере связано с развитием информационных техноло-

гий. Любой желающий может безо всяких проблем самостоятельно организовать свою поездку, пользуясь Интернетом и электронной почтой. И резкий рост численности индивидуальных путешественников – очень важная тенденция развития туризма, которая у нас зачастую упускается из виду. Те фирмы, которые ведут свою историю с советских или ранних «постсоветских» времен, привыкли все делать «по-советски» – загрузить людей в автобус, «посмотрите налево – направо», «Я кому сказал – стоим здесь 15 минут и никого не ждем», и так далее. На Западе тенденции иные – там уже появились гостиничные сети, использующие исключительно информационные технологии. Такова, например, финская гостиничная сеть «Омена» – все взаимодействие между клиентом и гостиницей осуществляется с помощью электронных коммуникаций (www.omena.com).

Какие же проблемы сдерживают развитие туризма? Первая проблема – это в целом низкий уровень доходов населения. Хотя следует отметить, что этот уровень в последние годы растет, и растет достаточно быстро, как в номинальном, так и в реальном исчислении (рис. 4).

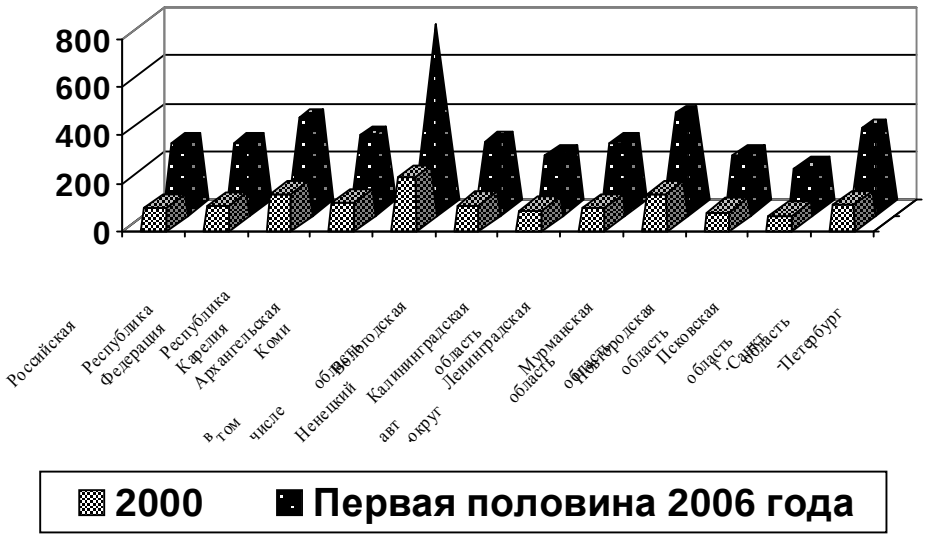

Рис. 4. Среднемесячная начисленная заработная плата в евро по официальному обменному курсу на конец соответствующего периода (рассчитано по [3; 4])

Если в 2000 г. средняя зарплата в России составляла по официальному обменному курсу 96 евро, то в первой половине 2006 г. – 287 евро, увеличившись втрое. В С.-Петербурге в 2000 г. средняя зарплата составляла примерно 110 евро, в первой половине 2006 г. – 350 евро. В Псковской области – 61 и 187 евро соответственно.

Но все же по уровню доходов страна отстает даже от бывших советских республик Прибалтики, не говоря уже о государствах Западной Европы. Средняя зарплата в странах – новых членах Евросоюза составляет примерно 600 – 700 евро, в старых – 2 500 – 3 500 тысячи евро. Но надо учитывать и то обстоятельство, что там и расходы гораздо выше. Например, аренда двухкомнатной квартиры обойдется не менее чем в 500 евро.

Поскольку в России со всей очевидностью преобладал, преобладает сейчас и будет преобладать внутренний туризм, то низкий уровень доходов – большая проблема.

Но рост внутреннего туризма сдерживается не только низкими доходами, но и тем,

что у значительной части населения страны просто нет потребности в путешествиях. Это утверждение иллюстрируется данными о соотношении численности населения страны и числе ночлегов туристов-резидентов (т. е. жителей данной страны) в гостиницах (число ночлегов туристов-резидентов на 1000 чел. населения) (рис. 5).

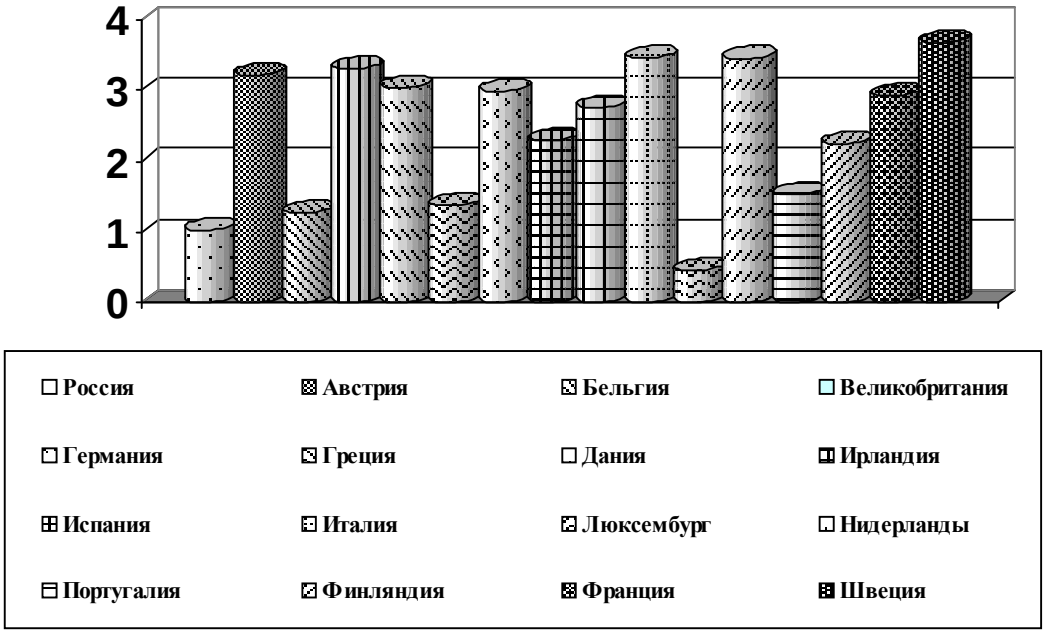

Рис. 5. Число ночлегов туристов-резидентов в гостиницах и аналогичных местах размещения в расчёте на 1000 чел. населения в России и «Европе 15», 2002 г. (рассчитано по [1; 5])

В Европе есть страны, где относительное число ночлегов туристов-резидентов ниже, чем в России. Такой страной является, например, Люксембург. Но у его жителей нет никакой необходимости останавливаться на ночлег в пределах своего государства – от одной границы Люксембурга до другой примерно полчаса езды.

Столь низкие показатели нашей страны объясняются достаточно просто – Россия стала преимущественно городской по населению страной лишь в 60-е годы XX в. Хотя доля городского населения в современной России составляет примерно 3/4 (73%), это в основном горожане в первом или втором поколении. Таким образом, у формально городского населения страны преобладает крестьянский менталитет. Крестьяне в массе своей совершенно не склонны тратить деньги на «баловство» типа путешествий, тем более что и стоят эти путешествия недешево. Не случайно большая часть городского населения страны «путешествует» главным образом на дачу, и это совершенно не связано с надобностью в обеспечении семьи продукцией этой дачи. Те расходы, которых требует дача, обычно превышают стоимость покупки соответствующего количества сельхозпродукции. Но в самом увлечении дачами ничего необычного нет. Такой же путь проходили многие страны Европы, и впервые земельные участки городским жителям стали раздавать в Швеции в 20-е годы XX в., когда заработной платы шведскому рабочему на пропитание семьи не хватало. Сейчас эти участки «трансформировались» в массивы загородных домов, расположенных, например, на островах Стокгольмского архипелага. Но в целом потребность в путешествиях – это часть городского образа жизни, характерная для представителей обра-

зованных и состоятельных слоев населения. Не случайно, что люди, разбогатевшие в России 1990-х гг., значительную часть заработанных денег вкладывали в путешествия. Не надо «числить» всех богатых людей малограмотными боксерами – среди «новых русских» вполне достаточно людей не только с высшим образованием, но и с учеными степенями. Другое дело, что ездить они предпочитают за границу, и в этом тоже ничего необычного нет.

Это третья проблема развития внутреннего туризма – если у жителя России есть деньги на путешествия и потребность в них, то ездить он предпочитает за границу. Заграничные государства долгое время были фактически закрыты для граждан нашей страны, что нельзя винить их в недостаточном патриотизме. До начала 1990-х гг. для банальной по нынешним временам поездки в Болгарию надо было пройти несколько комиссий, каждая из которых могла «завернуть» претендента на загранпоездку по самым фантастическим основаниям (например, «не так посмотрел» или «не те штаны надел»). Да и ездили в основном с целью «оправдать поездку» – продать и купить. Очень похожим был и российский туризм 1990-х гг., когда ездили главным образом в «шоп-туры».

Сейчас цены на путешествия по стране и за границу практически одинаковы. Если сосредоточиться только на Северо-Западе, то цены такие: однодневная поездка из С.-Петербурга в Великий Новгород стоит 720 руб., такая же поездка в Хельсинки, Лаппеенранту или Иматру – 15-18 евро (525-630 руб.). Поездка в Хельсинки с одним ночлегом (т. е. на два дня) обойдется по минимуму примерно в 1600 руб. Поездка по маршруту С.-Петербург – Печоры – Пушкинские Горы (те же два дня) стоит минимум 1990 руб. Трехдневная поездка по маршруту С.-Петербург – Турку – Стокгольм и обратно минимально обойдется в 1914 руб. Во столько же обойдется трехдневное путешествие по маршруту Псков – Пушкинские Горы – Великий Новгород, без стоимости дороги до Пскова (все цены взяты из информационных сообщений турфирм середины ноября 2006 г.). При таком соотношении цен надо быть очень большим патриотом, чтобы путешествовать по родной стране.

Но все указанные выше проблемы касаются исключительно внутренних туристов. Для иностранцев главная проблема – визовый режим. Наши средства массовой информации активно убеждают, что именно зарубежные страны чинят препятствия на пути российских граждан в Европу. Но получение шенгенской визы гражданином России – намного более простой процесс, чем получение российской визы гражданином шенгенской страны. Проще всего оформить шенгенскую визу через консульскую службу Финляндии (табл. 1).

Для получения любой финской визы (одно- и многократной, на срок до 1 года) с целью туризма гражданину России нужно предоставить три документа: заграничный паспорт, действующий по крайней мере 3 месяца после окончания срока планируемой поездки, заполненную анкету-заявление и медицинскую страховку. Никаких приглашений, бронирований гостиниц и т. д. не требуется.

Гражданин Финляндии вообще не имеет права просить многократную визу в Россию с целью туризма, многократная виза дается только в деловых целях. Ему нужно собрать множество бумаг, доказывающих цель его пребывания в нашей стране. В визу обязательно вписывается название приглашающей стороны, официально ограничивается число населенных пунктов, которые можно посетить за одну поездку (в приглашении не может быть указано более 5 городов, в которых намерен побывать иностранец). Может возникнуть вопрос – а как они тогда получают наши многоразовые визы? Предельно просто – с помощью туристических агентств. Объявления о «торговле» российскими визами (типа «годовая российская виза – всего … евро») в восточно-финляндских городах буквально везде.

Когда гражданин России, имеющий шенгенскую визу, пересекает границу Шенгенского пространства, ему в паспорт ставится штамп о пересечении границы. Этим пограничные формальности исчерпываются.

Таблица 1

Требования к документам, необходимым для оформления виз с целью туризма (официальная информация посольства Финляндии в России и посольства России в Финляндии) [6; 7]

Более того, этот штамп является единственным подтверждением законности пребывания российского гражданина в Шенгенской зоне, и этот гражданин в пределах срока действия визы имеет право пребывать в любой точке этой зоны, перемещаясь как угодно и останавливаясь где угодно. Европеец, намеренный пробыть в России более трех дней, обязан заполнять миграционную карту (все графы в которой обозначены только на русском языке!) и не позднее 3-х дней по прибытии зарегистрироваться в органах Федеральной миграционной службы. Если гражданин России превысил срок пребывания в шенгенской зоне, худшее, что его ждет – вероятный отказ в выдаче следующей визы. Если гражданин шенгенской страны выезжает из России после 0 часов последнего дня действия визы, его ждет большой штраф.

Неудивительно, что число иностранцев, желающих посетить Россию в качестве туристов, сокращается. Если в 2004 г. Россию с целью туризма посетило 2 637 тыс. граждан иностранных граждан (без СНГ), то в 2005 г. – 2 251 тыс. Но при этом следует учитывать, что в качестве частных лиц в 2004 г. въехало 3 016 тыс. чел., а в 2005 г. – 3 516 тыс. чел. [2]. Можно смело предположить, что значительная часть этих частных посетителей в реальности просто желала совершить путешествие по России. А если гражданин той же Финляндии въезжает в Россию по многоразовой визе, полученной в «деловых» целях, он просто обязан декларировать исключительно деловую цель поездки, даже если он едет на велосипеде из Иматры в Светогорск (4 км).

За тот же 2005 г. численность европейцев, посетивших Украину, увеличилась в 2,3 раза [8] по простейшей причине – Украине сразу после «оранжевой революции» объявила о безвизовом въезде граждан европейских государств на свою территорию. При этом Украина применяет ту же систему регистрации иностранцев, что и Шенгенские страны – т. е. регистрация для временного пребывания осуществляется с помощью штампа в паспорте, удостоверяющего законность пересечения границы. Этот опыт вполне можно перенять и в России, во всяком случае, в отношении граждан стран зарубежной Европы (трудно представить себе гражданина, например, Нидерландов, который вдруг решил нелегально обосноваться на необъятных просторах России).

Пятая проблема – посещение значительной части территории страны ограничено. Это пограничные зоны (рис. 6). Границы пограничных зон с 2006 г. определяются в Москве, поэтому появилась возможность проследить, как проходят эти границы по территории разных субъектов Российской Федерации. Проходят они местами в нескольких десятках километрах от границы, причем проведены очень причудливо. Например, дорога из Пскова в Сланцы проходит почти полностью через пограничную зону, на сами эти города в нее не входят. Такая же странная ситуация в Ленинградской обл. – населенные пункты по железной дороге Выборг – Каменногорск включены в состав погранзоны, но сами города открыты. Открытый город Сортавала в Карелии с трех сторон окружен погранзоной. С сожалением можно заметить, что при определении погранзон в очередной раз усердие превозмогло разум – в нынешнем виде эти зоны в ряде случаев практически неконтролируемы.

Недавно утвержденные Правила пограничного режима (приказ директора ФСБ от 28 сентября 2006 г. № 452, утверждены в Минюсте 10 ноября 2006 г.) [9] в целом сходны с аналогичными правилами последних советских лет. Согласно параграфу «л» подпункта 1.2 этих правил, к числу граждан, имеющих право доступа в пограничную зону по предъявлении удостоверения личности (т. е. паспорта), без пропуска, отнесены граждане, следующие в медицинские, оздоровительные учреждения, организации отдыха детей и их оздоровления, расположенные в пограничной зоне, на лечение (обследование), отдых или для посещения детей, находящихся в указанных учреждениях и организациях. Тем, у кого имеются дачные участки в пограничной зоне – пропуска тоже будут не нужны, равно как и тем, кто следует через погранзону транзитом. То же распространяется и на студентов, следующих на практику или стажировку.

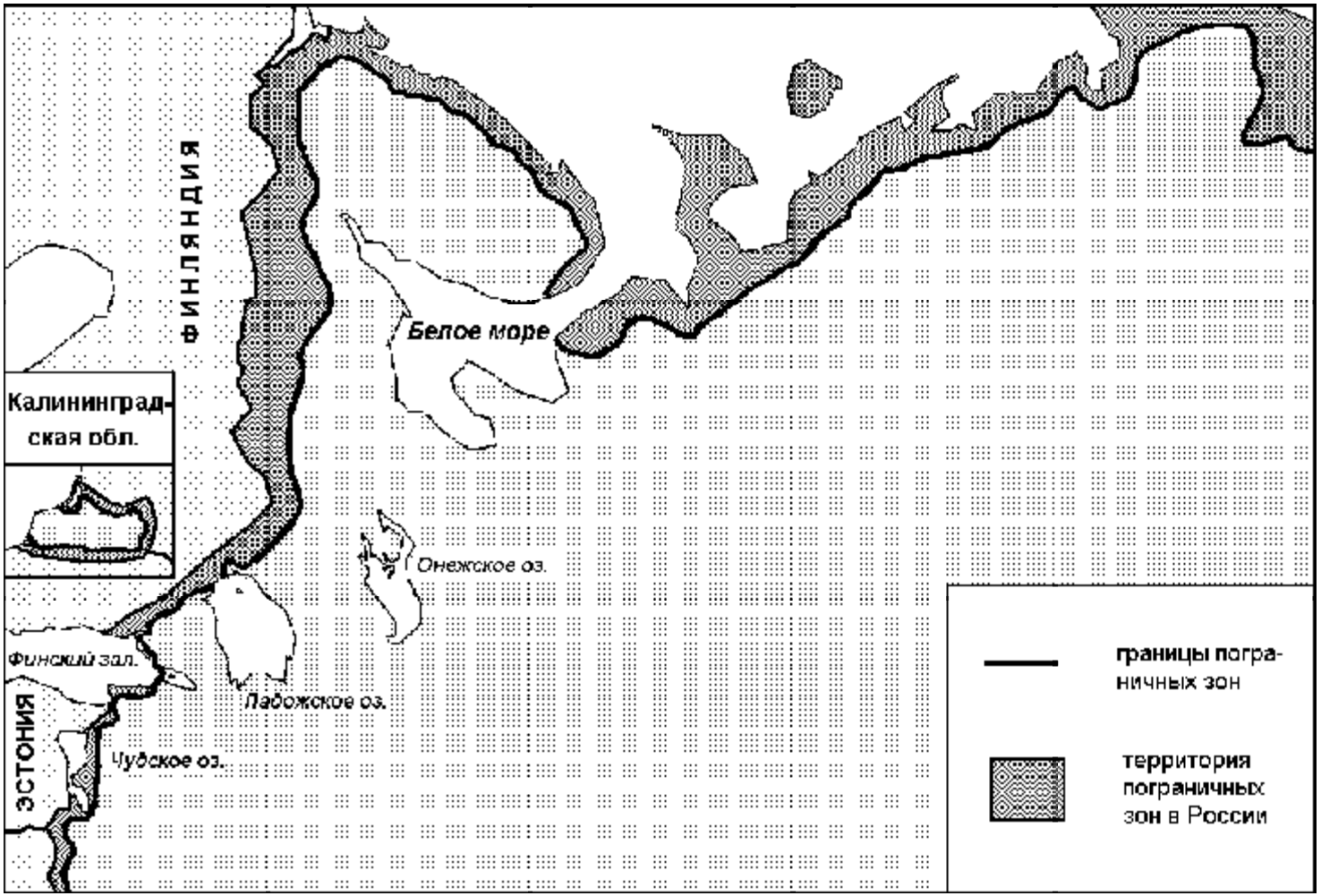

Рис. 6. Границы пограничных зон на Северо

Но от граждан, следующих к местам оздоровления и отдыха, будут требоваться путевки, от туристов – маршрутные листы или маршрутные книжки, от садоводов – документы на участок (членские книжки садоводческих товариществ и тому подобные документы). Студентам нужны только выданные ВУЗом справки или иные документы, подтверждающие направление на практику или стажировку в указанные районы.

Но согласно этим же правилам (пункт 2.1. «а») любая хозяйственная деятельность на расстоянии менее 5 км от границы, а также российских берегов пограничных рек и озер может осуществляться только с разрешения Пограничной службы ФСБ. Каким образом это положение скажется на существовании туристских объектов (например, «Чудского подворья» в дер. Спицыно на берегу Чудского озера) – можно только догадываться.

Любопытно, что граничащие с Россией страны таких зон практически не имеют. Так, в Финляндии по закону она может устанавливаться не далее 3 км от границы, но реально погранзона в «обитаемых» районах заканчивается метрах в 200-300 от нее. В России граница погранзоны по южному берегу Финского залива установлена в 90 км от границы, у пос. Лебяжье. Еще более любопытно то, что при следовании через пограничную зону транзитом запрещены какие-либо остановки, кроме вынужденных. Интересно, насколько возможно это соблюсти и проконтролировать при таких расстояниях?

Далее – проблемы, характерные для туристской отрасли. В России большое, или даже чрезмерное, внимание уделяется развитию гостиниц. Любопытно, что цены в гостиницах Москвы и С.-Петербурга уже значительно выше европейских. Но дело в том, что в Европе гостиницы для туристов не очень-то и предназначены. В европейских гостиницах останавливаются главным образом бизнесмены. Средний срок пребывания постояльца в гостинице Европы – 2 ночи, что для туриста маловато. То, что гостиницы используются преимущественно не для туризма в его «классическом» понимании (бизнес-туризм – это не туризм, это командировки), подтверждается и их ценовой политикой. В большинстве европейских гостиниц самые низкие цены на размещение – в уик-энды и летом, когда поток бизнесменов минимальный. Кстати, максимальные скидки в европейских гостиницах обычно на Рождественские каникулы, когда деловая активность замирает.

Люди «в самом расцвете сил» в Европе предпочитают путешествовать самостоятельно и останавливаться в хостелах, мотелях, кемпингах и других столь же непритязательных местах размещения. Они путешествуют, чтобы путешествовать, и комфорт их особо не интересует. Обычный кемпинг включает в себя домики разного уровня комфортности, места для «караванов» (домов на колесах) и палаток. Обязательно есть кухня, душ, туалет. Пользование всем этим обычно входит в стоимость проживания. Хостел – это место для ночлега, и не более того. В стоимость проживания в хостеле включается только плата за койку как таковую, пользование туалетом, душевой и кухней. Белье и полотенца оплачиваются отдельно; можно использовать свои, в некоторых хостелах можно ночевать в спальных мешках. По Европе, особенно летней Европе, перемещается невероятно много людей, путешествующих подобным образом. Но в России ничего подобного просто нет, и создания его не предвидится! Правда, хостелы стали появляться в С.-Петербурге и Москве, но они очень маленькие.

Кроме крайне неразвитости туристской инфраструктуры как таковой, обращает на себя внимание то, что общая социальная инфраструктура крайне плохо приспособлена для туризма. Простой пример – общественный транспорт и музеи. Очевидно, что индивидуальный турист пользуется главным образом общественным транспортом и посещает музеи самостоятельно. И именно для этих категорий путешественников во всех более или менее крупных городах Европы существуют т. н. «карточки туриста». Они бывают либо транспортными карточками, либо «городскими» карточками. В первом случае турист на протяжении определенного времени (обычно это от 1 до 5 суток) может пользоваться общественным транспортом. Такая туристская карточка для взрослого в Хельсинки стоит 6 евро на сутки, 12 евро на трое суток и 18 евро на 5 суток (одноразовый билет, дающий возможность перемещаться в течение 1 часа, сто-

ит 2.20 евро) [10]. Примерно такие же цены в других европейских столицах. «Городская» карточка дает возможность проезда на общественном транспорте и бесплатный доступ в музей. Стоит она существенно дороже транспортной, поскольку входной билет в платные музеи весьма недешев. Взрослая «карточка Хельсинки» стоит 29 евро на 24 часа, 42 евро на 48 часов и 52 евро на 72 часа [11]. Аналогичная карточка в Стокгольме стоит 24 часа – 270 крон, 48 часов – 420 крон, 72 часа – 540 крон (крона дороже рубля примерно в 4 раза) [12]. Даже на небольших Аландских островах, расположенных в Ботническом заливе между Финляндией и Швецией, есть такие карточки – правда, только музейные, общественный транспорт в их столице Мариехамне площадью в 1 кв. км не очень и нужен [13].

В Пскове вполне можно было бы организовать эксперимент по использования подобных карточек (по более приемлемым для России ценам, естественно). Здесь в полной мере сохранился общественный транспорт в виде автобусов. В С.-Петербурге, например, такое предприятие было бы гораздо сложнее – маршрутки вряд ли станут принимать такие карточки.

Практически во всех городах Европы в самом центре располагаются туристские информационные бюро, где можно получить бесплатный план города или справку, купить «платный» сувенир, и самое главное – эти бюро бесплатно или за символическую плату оказывают услуги по размещению, организации экскурсий по городу и более дальних путешествий. В крупных городах такие бюро находятся зачастую прямо на центральных вокзалах. Каждое такое бюро имеет страницу в Интернете, через которую можно забронировать жилье, заказать «туристскую карточку», получить консультацию на тему «что посмотреть» и т. д.

В России в целом и на Северо-Западе в частности ничего подобного нет. В С.-Петербурге только сейчас стали появляться информационные щиты на английском языке.

Каждая страна Европы, ее города и регионы распространяют огромное количество бесплатной туристской информации. В качестве предельно простого и понятного примера можно привести соседнюю Финляндию, которая содержит в С.-Петербурге и Москве информационные центры по туризму, вся деятельность которых бесплатна для посетителя. Даже если до прихода в этот центр россиянин вообще ничего не знает о Финляндии, то, выйдя из него с огромным количеством бесплатных буклетов, планов городов и брошюр, он узнает все, что нужно туристу.

Если же кто-то решится посетить Псковскую область, то он не найдет в общем-то никакой информации. То, как область рекламирует себя в Интернете, вообще нельзя считать рекламой. Вот как рекламируется Псковщина в разделе «Туризм» официального сайта администрации области: «Создание в Псковской области современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в разнообразных туристических услугах – является основной целью политики Администрации области в сфере туризма…Территория области представляет собой равнинный рельеф с чередованием холмисто-грядовых пространств, значительная лесистость с преобладанием смешанных лесов, богатых ягодами и грибами, обилие озер (более 3000) и большое количество малых и средних рек, благоприятствующих спортивному рыболовству и водному туризму» [14].

А вот как рекламируют себя наши соседи-финны на русском языке: «Хотите насладиться неповторимыми впечатлениями, красками многообразной природы, самобытной культурой, находящейся на стыке востока и запада, богатством событий и праздниками на любой вкус – приезжайте в Финляндию! Получите удовольствие от активного отдыха и развлечений зимой и летом, ощутив зимой настоящую зиму, а летом – нежное тепло солнца! Финляндия ждет вас, и все здесь готово обеспечить вам незабываемый отдых – и широкая сеть аквапарков и водно-оздоровительных центров, и множество замечательных лунапарков летом, и прекрасные горнолыжные курорты зимой… И все это совсем рядом с вами, стоит только пересечь границу! Откройте для себя свою Финляндию!» [15].

По прочтении этих двух «рекламных» фраз куда захочется больше? Очевидно, что в

Финляндию. Более того, сам «призывный» текст с финского туристского сайта написан грамотнее, чем переполненный канцеляризмами текст с сайта Псковской областной администрации.

И совершеннейшим позором выглядят предложения псковских «туристских стратегов» по организации «комплексных туров» – дескать, день в Псковской области, день в Петербурге, день в Таллине…

Предлагать нечто подобное могут либо очень глупые люди, любо абсолютно профессионально некомпетентные. Ни один регион Европы не рекламирует себя «в связке» с другими регионами. Основное содержание любого регионального или городского рекламного буклета или предназначенного для туристов сайта – мы единственные и неповторимые, лучше нас ничего в мире нет, и если вы к нам не приедете, то будете сожалеть об этом всю оставшуюся жизнь. Именно так и должна строиться кампания по привлечению туристов, как в Псковскую область, так и в другие регионы Северо-Запада. Трудно представить себе человека, который целый день катается на лыжах с Ваулиной горы, на следующий день бодро встает в 5 утра и едет в С.-Петербург, приезжает оттуда к полуночи, и следующим утром опять же на один день едет в Таллин (подобное описание маршрута можно встретить на сайте Псковской областной администрации).

Следует четко уяснить простую истину – ключевым понятием рыночной экономики является конкуренция. Страны, регионы и города «единой Европы» уже давно соперничают между собой за инвестиции, население и туристов.

В условиях все большей открытости, которая очевидно усилится после предстоящего вступления России в ВТО, в эту конкурентную борьбу вступили и регионы России. Причем им надо бороться как с регионами сопредельных стран, так и с соседними регионами самой России. «За рамки» конкурентной борьбы в данном случае можно вывести С.-Петербург, вряд ли какой-то другой город на востоке Балтийского моря может составить ему конкуренцию. Но все остальные регионы являются соперниками в этой борьбе, что надо осознавать вполне отчетливо. В борьбе за иностранного туриста основные конкуренты Северо-Запада России – Эстония и Латвия. В Эстонии и Латвии конкуренты Псковской области – Латгалия и Юго-Восточная Эстония, представляющие собой такие же «экологически чистые», т. е. бедные регионы. В борьбе за внутреннего туриста конкурентами являются все области Северо-Западной и Западной России в целом. Каждая из этих областей может предложить примерно одинаковый набор достопримечательностей – главную крепость давно минувших дней (Псков, Великий Новгород, Смоленск и т. д.), «оставной» город, когда-то бывший великим и славным (Белозерск в Вологодской обл., Изборск и Печоры в Псковской обл., Соловецкий монастырь в Архангельской обл.), несколько мест, связанных с жизнью кого-либо из великих представителей русского народа (Михайловское в Псковской обл., Суворовское-Кочанское в Новгородской обл.), и две-три природных достопримечательности. Следует признать, что вообще никому неинтересных мест ни в России, ни в мире не существует. Следовательно, должна быть какая-то «изюминка» в той или иной области, чтобы потенциальный турист поехал именно туда.

Можно построить аквапарк – и туда потянутся люди; можно просто парк развлечений – такие примеры тоже есть. Например, финский город Коувола, возникший как железнодорожная станция, привлекает туристов за счет парка аттракционов Тюккюмяки, третьего по величине в Финляндии. Можно создать «центр знаний» наподобие финской «Эврики» (Вантаа, город-спутник Хельсинки).

Можно «застолбить» за собой какое-либо только формирующееся направление туризма, например – бурно развивающийся в последнее время велосипедный туризм. Для этого у Псковской области есть все возможности – дорог здесь много, они в основном малозагруженные. Все, что для этого нужно – промаркировать трассы маршрутов (также можно использовать опыт Финляндии) и создать сеть кемпингов на расстоянии 60-80 км друг от друга (примерно столько может проехать средний велотурист за день). Не обязательно развивать именно велосипедный туризм – можно любое другое направление ту-

ризма, но так, чтобы это было ярко и заметно.

Безусловно, на начальных этапах формирования собственного туристского продукта в области придется использовать главным образом средства областного бюджета и бюджета муниципальных образований – до тех пор, пока отчетливо не проявится выгодность этого предприятия, частный капитал туда не пойдет. Но можно предположить, что потраченные средства со временем вернуться.

Литература

1. Туризм и туристические ресурсы в России. 2004: Стат.сб./ Росстат. – М., 2004.
2. Россия в цифрах. 2006: Стат.сб./ Росстат. – М., 2006.
3. Где в России жить хорошо (социально-экономическое положение регионов Российской Федерации в 2000 году) // Российская газета, 2001, 14 февраля.
4. Основные показатели социально-экономического положения регионов Российской Федерации в первой половине 2006 года // режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B02_83/IssWWW.exe/Stg/d020/i020010r.htm
5. Материалы Всероссийской переписи населения 2002 года. Том 1 «Численность и размещение населения» / режим доступа: www.perepis2002.ru
6. Официальный сайт посольства Финляндии в России / режим доступа: http://www.finland.org.ru/ru/
7. Официальный сайт посольства России в Финляндии / режим доступа: http://www.rusembassy.fi/RLCSec2Visas.htm
8. Рынок туристических услуг. Украина. 2005 год / режим доступа: http://www.marketing.vc/view_subsects.php?num=161
9. Официальный сайт Федеральной пограничной службы fps.ru / режим доступа: Общие вопросы – Правовое регулирование деятельности пограничной службы
10. www.hkl.fi
11. www.helsinkiexpert.fi
12. www.stockholm.ru
13. www.visitaland.com
14. Официальный сайт администрации Псковской области / режим доступа: http://www.pskov.ru/ru/tourism
15. Сайт МЕК-центра по развитию туризма Финляндии / режим доступа: http://www.visitfinland.ru/w5/ru/index.nsf/(pages)/index

А. И. Слинчак

РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ СЕВЕРО-ЗАПАДА РОССИИ

23-24 ноября 2006 г. в Пскове состоялась международная (российско-белорусская) общественно-научная конференция «Рекреационно-туристический потенциал Северо-Запада России»[1]. В программе было заявлено 85 докладов из России (Москва, С.-Петербург, Псков, Тверь, Новгород, Владивосток, Пенза, Нижний Тагил, Дедовск) и Белоруссии (Минск, Могилев, Брест), в конференции приняли участие 105 чел. К началу работы конференции издан сборник «Рекреационно-туристический потенциал Северо-Запада России. Статьи и тезисы. – Псков: ПГПУ, 2006. – 228 с.». В сборник включены материалы, в которых рассматриваются проблемы оценки рекреационного потенциала, природного и историко-культурного наследия Северо-Запада России, социально-экономические проблемы и перспективы развития туризма, вопросы охраны природной среды и экологического образования.

В ходе конференции работали пять секций:

[1] Цикл научных конференций проводится по инициативе Псковского отделения Русского географического общества с 1995 г.