DOI: 10.17117/na.2016.02.01.143

<http://ucom.ru/doc/na.2016.02.01.143.pdf>

Поступила (Received): 13.02.2016

Дедусенко Е.А. Государственно-частное партнерство в туризме

**Dedusenko E.A.
Public private partnership in tourism**

В статье рассмотрены возможности развития государственно-частного партнерства в туризме. Главный акцент делается на принципы привлечения инвестиций в различные проекты и возможности построения успешного государственно-частного партнерства в туризме

Ключевые слова: государственно-частное партнерство в туризме, инфраструктурные проекты в туризме

This article focuses on public private partnership in tourism. One of the main problems is how to attract investments into the Russian regions for tourism projects based on public private partnership

Key words: public private partnership in tourism, infrastructure projects for tourism development

Дедусенко Елена Александровна

Кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет им. Г.В.
Плеханова
г. Москва, Стремянный пер., 36

Dedusenko Elena Aleksandrovna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Russian university of economics named G.V.
Plekhanov
Moscow, Stremyanny lane, 36

Оценивая уровень конкурентоспособности туристского продукта в регионах нашей страны, можно отметить, что текущее состояние транспортной инфраструктуры и гостиничной базы является основной проблемой в развитии туризма. Необходима не только развитая транспортная сеть внутри регионов, но и транспортная доступность данных регионов. В зарубежной практике оценка транспортной доступности территории является интегральным показателем, который включает: расстояние до пункта назначения; временные затраты на путешествие; денежные затраты на путешествие; уровень комфорта путешествия. Состояние транспортной инфраструктуры в регионе оказывает существенное влияние на развитие гостиничного бизнеса. Например, транспортная доступность особо учитывается в инвестиционных проектах, связанных с гостиничной недвижимостью.

Обобщая успешный зарубежный опыт, можно определить два основных направления развития туризма в регионе:

- 1) создание инфраструктуры и туристского комплекса, соответствующего международным стандартам;
- 2) разработка и реализация маркетингового комплекса дестинации.

Зарубежный опыт показывает, что некоторые страны, например, Сингапур, при довольно скромных туристских ресурсах, но эффективной маркетинговой политике, смогли привлечь туристов и увеличить доходность туризма.

Рассмотрим первое направление – создание инфраструктуры и туристского комплекса в регионе. Инфраструктурные проблемы в туризме в современных условиях успешно решаются на основе государственно-частного партнерства (public private partnership). Государство участвует в таких проектах в различных формах, прямо и косвенно поддерживая инвесторов, формируя благоприятную инвестиционную среду.

Наиболее распространенными формами поддержки инвесторов и создания благоприятных экономических условий являются следующие формы:

- финансовая поддержка инвесторов (Financial incentives);
- совместное финансирование инвестиционных проектов (Reduction in capital costs);
- сокращение операционных расходов инвесторов (Reduction in operating costs);
- гарантии инвесторам (Investment security), связанные с изменениями в правовой среде, а также маркетинговая поддержка и продвижение со стороны региональных властей [6].

В первом случае региональные власти обеспечивают инвесторам финансовую поддержку (Financial incentives), например, в возврате капитала в условиях нестабильности рынка, сокращения туристского спроса и, следовательно, изменения сроков реализации и окупаемости инвестиционного проекта. С точки зрения экономической теории, такая поддержка сохраняет равновесие на рынке инвестиционного капитала, где предложение определяется зависимостью между количеством капитала и его возвратом.

Совместное финансирование инвестиционных проектов (Reduction in capital costs) или сокращение инвестиционных затрат может выражаться в грантах, партнерстве, предоставлении недвижимости или земельных участков на концессионных условиях, освобождении от налогов на приобретение строительных материалов. Эта форма важна для малого гостиничного бизнеса, т.к. обеспечивает большую свободу в начале операционной деятельности гостиницы.

В третьем варианте (Reduction in operating costs) поддержка региональных властей выражается в сокращении прямого или косвенного налогообложения деятельности гостиниц, подготовке или переподготовке персонала, субсидировании затрат на коммунальные услуги. Наконец, в четвертом случае следует учесть высокую чувствительность инвестиционного рынка к политическим и экономическим изменениям в стране и создать определенные гарантии инвесторам (Investment security), включающие отсутствие возможности национализации собственности и репатриации капитала, свободный экспорт-импорт финансовых и трудовых ресурсов, доступность технической и другой поддержки со стороны региональной власти [6, с. 372-379].

При реализации государственно-частных проектов в туризме следует учитывать следующие общие принципы:

- совместное финансирование проектов с делегированием управленческих функций бизнесу или посредникам;
- повышение доверия к новым формам сотрудничества;
- аутсорсинг государственной поддержки совместных проектов с целью снижения риска коррупции и низкой квалификации государственных чиновников в оценке проектов;
- замена государством финансовой поддержки информационными услугами, кадровым развитием и другими услугами;
- государственная поддержка не отдельных предприятий малого среднего бизнеса, а их групп или отраслевых ассоциаций [3, с.702-706].

Список используемых источников:

1. Дедусенко Е.А. Проблемы развития регионального туризма в России // Самоуправление. 2012. №3. С. 46.
2. Дедусенко Е.А. Об инвестиционной среде и гостиничном бизнесе в российских регионах // Самоуправление. 2015. №3. С. 31-32.
3. Пахомова Н.Л., Рихтер К.К. Экономика отраслевых рынков и политика государства. Экономика, 2009. 815 с.
4. Ignatiev A.A. Development of the Tourism Industry in the North of Russia Based on the Environment Features // Mediterranean Journal of Social Sciences. Vol. 6 (N5). 2015. P. 387-401.
5. Bosselman F.P., Peterson C.A., McCarthy C. Managing tourism growth. ISLAND PRESS, 1999.
6. Wanhill S. Role of government incentives // Global Tourism. 2005. P. 367-380.
7. URL: <http://economy.gov.ru/minrec/about/structure/depinvest/2015100901>

© 2016, Дедусенко Е.А.

Государственно-частное партнерство в туризме

© 2016, Dedusenko E.A.

Public private partnership in tourism