DOI: 10.17117/na.2016.04.01.113

Поступила (Received): 24.04.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.04.01.113.pdf>

Комарова М.Е., Цыбуля Д.Н. Развитие государственно-частного партнерства в Российском туризме

Komarova M.E., Tsybulya D.N.
Development of public-private partnership
in the Russian tourism

В статье рассматриваются инновационные подходы к повышению конкурентоспособности отрасли туризма, путем создания механизмов партнерства между государством, бизнесом, образованием и наукой. Авторы статьи отмечают, что реализация государственно-частного партнерства в сфере туризма возможна за счет формирования особых экономических зон и посредством создания туристских кластеров на основе методического подхода к их формированию

Ключевые слова: развитие, туризм, государственно-частное партнерство

The article examines innovative approaches to improve the competitiveness of the tourism industry, through the establishment of mechanisms of partnership between government, business, education and science. The authors note that the implementation of public-private partnership in the sphere of tourism is possible due to the formation of special economic zones and through the creation of tourist clusters on the basis of the methodical approach to their formation

Key words: development, tourism, public-private partnership

Комарова Марина Евгеньевна

Кандидат географических наук, доцент
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, ул. Победы, 85

Komarova Marina Evgenievna

Candidate of Geographic Sciences, Associate
Professor
Belgorod state national research university
Belgorod, Pobedy st., 85

Цыбуля Дарья Николаевна

Студент
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет
г. Белгород, ул. Победы, 85

Tsybulya Darya Nikolaevna

Student
Belgorod state national research university
Belgorod, Pobedy st., 85

В виду последних событий, связанных с экономической и политической ситуацией в мире, туризм переживает не лучшие свои времена. Такое положение приводит к пониманию необходимости повышения конкурентоспособности отрасли, путем создания механизмов партнерства между государством и бизнесом. В сфере туризма особое распространение получает инновационный подход, основанный на взаимодействии государства, бизнеса, образования и науки, где каждое звено выполняет свою функцию в инновационном партнерстве. Науке отводится аналитическая работа, сфера образования занимается подготовкой компетентных кадров для отрасли, законодательное обеспечение

возлагается на государство, а звено бизнеса занимается освоением новых и уже имеющихся в туристической отрасли рыночных ниш [8]. Результатом взаимодействия выступают различные национальные программы и проекты.

Согласно Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», принятой на 2011-2018 гг., «государственно-частное партнерство в туризме – это эффективное взаимодействие всех органов государственной власти, туристского бизнеса, общественных и научных организаций в ходе реализации масштабных туристских программ и проектов, с целью увеличения потоков внутреннего и въездного туризма, развития туристской привлекательности регионов, повышения качества туристских продуктов и услуг» [2, с.155].

Эффективность взаимоотношений между государством и предпринимательством зависит, как от правовых, так и от социальных аспектов. Правовая среда данного партнерства основывается на положениях ФЗ «О концессионных соглашениях». Концессионное соглашение – это совместный государственно-частный проект создания объекта или его реконструкции [1, с.10]. Плюсом данного нормативно-правового акта является то, что он на федеральном уровне защищает интересы как отечественных, так и зарубежных предпринимателей.

В настоящее время нормативно-правовая база государственно-частного партнерства в России не принимает во внимание многие отраслевые особенности. В области туризма необходимо учитывать и страховать риски, характерные именно для этой отрасли: изменение курса валют, влияние сезонности и т.д. Социальный аспект может проявляться в пропаганде положительного влияния государственно-частного партнерства на развитие туристской отрасли, осуществляемой посредством рекламы, участия обеих сторон в туристских выставках и семинарах [6]. Примером может служить обучающий семинар, который провели представители Федерального агентства по туризму РФ и Всемирной туристской организации в рамках международной выставки «Интурмаркет-2016». В ходе семинара были рассмотрены вопросы развития государственно-частного партнерства в туризме, механизмы его формирования, а также принципы успешного взаимодействия.

Среди основных принципов государственно-частного партнерства можно выделить следующие:

- государство передает функции или виды производственной предпринимательской деятельности бизнес-посредникам, с целью снижения рисков коррупции при оценке проектов;
- проекты подлежат совместному финансированию, с сохранением права управления за представителем сферы бизнеса;
- государственно-частное партнерство выражается как в финансовой поддержке бизнеса, так и в оказании информационных услуг, обучении кадров;
- государственная поддержка распространяется не на конкретные предприятия малого и среднего бизнеса, а на их группы или целые ассоциации;
- результатом успешного партнерства является постепенная замена традиционных инновационных институтов более эффективными новыми институтами, а так же создание доверия к ним со стороны граждан.

Реализация государственно-частного партнерства в сфере туризма возможна по двум направлениям: за счет формирования особых экономических зон (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа и посредством создания туристских кластеров [3, с.180].

Отличительная особенность ОЭЗ является ее утверждение на федеральном уровне, после подписания специального Соглашения, в отличие от кластеров, которые создаются по инициативе региональных или местных властей.

По мнению Латыпова В. С., для эффективной реализации государственно-частного партнерства в сфере туризма необходима реализация методического подхода. Суть данного подхода заключается в том, что ОЭЗ туристско-рекреационного типа следует размещать на территориях экологической и рекреационной направленности, чтобы удовлетворять конечные потребности туристов в отдыхе и релаксации, а кластер, как более «свободная» в законодательном смысле форма, должен быть ориентирован на деловой туризм и сочетание интересов всех участников кластера [9].

До 2010 года в России существовало 7 особых экономических зон туристско-рекреационного типа. В 2010 году были созданы еще 2 зоны – ОЭЗ на о. Русский (Приморский край) и ОЭЗ на территории Итум-Калинского района (Чеченская республика). После присоединения к России в 2014 году, Крым был тоже объявлен ОЭЗ рекреационного типа.

Подбирая территорию для создания ОЭЗ, эксперты учитывали следующие показатели: рекреационно-географические характеристики (природные, культурно-исторические и социально-экономические ресурсы, экологическое состояние); инновационный потенциал региона (кадровый, информационный, производственный и финансовый); уровень развития туристского предложения в регионе [7, с.300]. Согласно последнему показателю регионы России были распределены на 3 группы:

- с высоким уровнем развития туристского продукта (Московская, Ленинградская области, Краснодарский край и т.д.);
- со средним уровнем развития туристского продукта (Северо-Западный регион, Тверская область, Центральная Россия и т.д.);
- с низким уровнем развития туристского продукта (районы Крайнего Севера, Дальневосточный регион, Западная Сибирь и т.д.).

Еще один показатель, учитываемый при выборе региона для размещения ОЭЗ – необходимый уровень финансирования. Подход к финансированию проектов по созданию ОЭЗ включает 2 этапа: первый этап – финансовая поддержка территорий с достаточным инновационным потенциалом для развития туризма и других отраслей экономики и второй этап – финансирование регионов с низким инновационным потенциалом и уровнем развития сферы туризма.

При создании туристского кластера необходимы следующие этапы: определение инновационного и туристского потенциала региона, проведение его отраслевого анализа, создание модели туристского кластера и осуществление его инициализации. Кластерный подход должен быть основан на взаимодополнении различных кластеров. Например, в регионе с производственной направ-

ленностью, куда съезжаются потоки деловых людей, логично создать туристский кластер с инфраструктурой для МІСЕ-туризма. В регионе с непродуцированной направленностью, где преобладают природные ресурсы, более приемлем вариант кластеризации для экотуризма [4, с.140]. Из-за влияния на туризм фактора сезонности, целесообразно рассматривать кластеры не как точки экономического роста, а как сопутствующие кластеры, усиливающие конкурентоспособность региона в целом.

По мнению авторов, в современных условиях правительство Российской Федерации должно быть нацелено на поддержку отечественного производителя в сфере туризма. Реализация партнерства государства и частного сектора поспособствует созданию дополнительных рабочих мест, увеличению доходов населения, сохранению историко – культурных, природных памятников, а также повышению авторитета России, как на внутреннем, так и международном туристском рынке [5, с.107].

Список используемых источников:

1. О концессионных соглашениях: федер.закон от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2005. № 36, гл. I. Ст. 3.
2. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»: постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644, с изм. от 18.12.2014 г. // Собрание законодательства РФ. 2011. № 31, гл. III.
3. Варнавский В.Г. Государственно-частное партнерство. Теория и практика. М.: Из-во ГУ ВШЭ, 2010. 287 с.
4. Грачева О.Ю. Организация туризма. М.: Из-во Дашков и Ко, 2011. 245 с.
5. Исмаев Д.К. Организация въездного туризма в Российскую Федерацию. М.: Из-во МАТГР, 2008. 207 с.
6. Кабиров И.С. Теоретические аспекты государственно-частного партнерства в туризме // Вестник. 2010. № 12. С. 5-6.
7. Кускова В.Л. Рекреационная география. М.: Из-во МПСИ, 2008. 496 с.
8. Кузык Б.Н. Инновационное развитие России: сценарный подход // Экономические стратегии. 2009. № 10. С. 29-32.
9. Латыпов В.С. Перспективы использования государственно-частного партнерства в сфере культуры и развития культурно-познавательного туризма // Недвижимость и инвестиции. 2010. № 4 (45). С. 4-5.

© 2016, Комарова М.Е., Цыбуля Д.Н.

Развитие государственно-частного партнерства в
Российском туризме

© 2016, Komarova M.E., Tsybulya D.N.

Development of public-private partnership in the
Russian tourism