УДК 338.48

JEL Z32

DOI: 10.17213/2312-6469-2019-2-177-184

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ¹

© *Л.В. Дорофеева, **С.Ф. Дамбаева 2019

* *Институт проблем региональной экономики РАН,
г. Санкт-Петербург, Россия*

** *Северо-Западный институт управления РАНХиГС,
г. Санкт-Петербург, Россия*

В современное время в региональной экономике все большее внимание уделяется сфере туризма. Эта динамично развивающаяся отрасль может оказывать влияние на инвестиционную привлекательность региона, формирование новых рабочих мест, повышения уровня жизни для населения. Развитие туристической инфраструктуры позволяет территории повышать свой конкурентный потенциал, при этом, в отличие от большинства других сфер жизнедеятельности сберегая ресурсы региона, а не потребляя их. В статье рассматриваются современные подходы к развитию региональной туристической инфраструктуры.

Ключевые слова: туризм, инфраструктура, конкурентная привлекательность, системный подход, проектный подход, государственно-частное партнерство.

NEW APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF TOURISM INFRASTRUCTURE

© L.V. Dorofeeva*, S.V. Dambaeva** 2019

* *Institute of Regional Economy Problems RAS, St. Petersburg, Russia*

** *The Russian Presidential Academy of National Economy and Public
Administration, St. Petersburg, Russia*

Nowadays in the regional economy, more and more attention is paid to tourism. This dynamically developing industry can influence the investment attractiveness of the region, the formation of new jobs, and the improvement of living standards for the population. The development of tourism infrastructure allows the territory to increase its competitive potential, while, unlike most other spheres of life, saves the resources of the region, rather than consume them. The article discusses modern approaches to the development of regional tourism infrastructure.

¹ Работа выполнена по теме государственного задания «Развитие теоретико-методологических основ управления устойчивым социально-экономическим развитием регионов» (№ГР 0170-2014-0004) Программы фундаментальных научных исследований государственных академий наук на 2013-2020 годы.

Keywords: *tourism, infrastructure, competitive attractiveness, systems approach, project approach.*

Российская Федерация является крупнейшей страной по занимаемой площади на земле, ее территория включает большинство климатических зон и ландшафтных условий для любых видов туризма. В 2017 году путешествия составили 10,4% от мирового ВВП, в сфере туризма было занято 313 млн. человек, что составляет 9,9% от общей занятости. Зафиксированный мощный прирост ВВП во многих странах за последнее десятилетие, повлек за собой повсеместное увеличение потребительских расходов. Этот глобальный процесс напрямую отразился на прямом росте туристического сектора сразу на 4,6% [5]

Российская Федерация обладает значительным количеством культурных и природных достопримечательностей:

- 2368 музея (в 477 исторических городах);
- 590 театра;
- 67 цирка;
- 24 зоопарка;
- около 99 тысяч памятников истории и культуры;
- 140 национальных парков и заповедников;
- 103 музея-заповедника;
- 41 музей-усадьба;
- 23 объекта культуры и природы включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО [4].

Имея колоссальную ресурсную базу для туризма в мировом рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма ВЭФ среди 138 стран, Россия находится на 43-м месте. Данное положение во многом обусловлено слабым развитием инфраструктуры, которая не позволяет реализовывать имеющийся у страны и ее отдельных регионов потенциал привлечения туристов. Данное положение сдерживает развитие туристической отрасли даже в наиболее привлекательных для отдыха регионах России, например, таких как Московская область, в которой по данным ТурСтат за 2018 год отдохнуло более 15 млн. человек, за три года средний темп прироста туристического потока составил 1,2 млн. человек в год (рис. 1). При этом Краснодарский край, занимающий первое место по количеству туристов (17 млн. человек в 2018 г.) уступает по среднему притоку в год, который составляет 0,7 млн. человек в год Приморскому краю – 0,9 млн. человек в год и Республике Крым – 0,8 млн. человек в год. Это может свидетельствовать о нерациональном использовании туристической инфраструктуры в регионе.

В регионах Российской Федерации инфраструктурные проблемы служат одной из основных причин снижения конкурентных преимуществ территории на рынке туристических услуг.

Рис. 1. Динамика прироста туристического потока в регионы России за 2016-2018 гг. к общему количеству туристов в 2018 году, млн. человек¹

В связи с этим, существует необходимость проанализировать проблему организации туристической инфраструктуры в регионах России, а также найти решение.

Для всех субъектов экономической и социальной деятельности региона объекты инфраструктуры важны в различной степени. Ключевой особенностью инфраструктуры является межотраслевой характер и функция интеграции между различными секторами.

В 2013 году был отмечен рекорд популярности внутреннего туризма. За границу тогда отправились 18 миллионов россиян, тогда как в Краснодарском крае отдохнули 14 миллионов, при этом можно отметить, что показатели внутреннего туризма с этого времени только растут, это связано и с присоединением Крыма и с ростом популярности внутренних туристических направлений. Под региональным туризмом, мы будем понимать достаточно сложную, организованную систему, сформированную из таких элементов как - рекреационные ресурсы, туристическая инфраструктура, экологическая безопасность и др., которые тесно взаимосвязаны и выполняют функцию удовлетворения потребителей туристических услуг в границах определенной территории и являющихся необходимыми условиями его развития [3].

В настоящее время в России региональный туризм ограничивается рядом широко известных исторических мест и достопримечательностей, т.е. это та инфраструктура для приема туристов, которая была сформирована еще в советское время. Например, в Республике Бурятия курортные

¹ Данные ТурСтат <http://turstat.com/toptravelrussiaregion2018>.

санатории Аршан и Горячинск, требующие модернизации и ремонта, благодаря известности лечебных мест остаются популярными, что приводит к отсутствию у местных властей и собственников инвестировать в развитие данных объектов. Количество отдыхающих на курорте «Аршан» за период 2008-2013 гг. сократилось на 20 % (с 13 тыс. до 10 тыс.), в то время как на курорте «Горячинск» выросло на 30 % (от 10 тыс. до 14 тыс.) При этом количество реализованных путевок и курсовок на курорт «Аршан» за 2008–2013 гг. сократилось на четверть, а на курорт «Горячинск» – возросло почти на 70%.

За исключением незначительного количества примеров успешного развития туристических зон, привлекающих ежегодно все большее количество людей как внутри страны, так и за ее пределами, российские регионы не демонстрируют позитивную динамику в развитии отрасли в целом. Выделяемых федеральными и региональными властями средств из бюджета чаще всего хватает на поддержание имеющихся объектов, не давая возможности думать о стратегическом развитии территории, недостаточное финансирования регионального туризма приводит к отставанию России в данном аспекте по сравнению с большинством других стран.

При этом развитие внутреннего туризма является комплексной многофакторной проблемой включающей:

- создание туристической инфраструктуры – наиболее капиталоемкая часть туристической отрасли, требующая взаимодействия заинтересованных бизнес структур и государства, данный вид деятельности включает строительство дорог, гостиниц, и других объектов для ведения туристической деятельности, при этом создаваемая инфраструктура может быть задействована и в других отраслях экономики и социальной сфере;

- формирование туристического продукта – проработка действующими на рынке туристических услуг операторами туристических пакетов, привлекательных для внешних и внутренних потребителей;

- информационной поддержки – широкое освящение туристических привлекательных объектов на территории страны, для привлечения внимания со стороны потребителей, при этом работа по продвижению должна проводиться с использованием современных коммуникационных технологий и со стороны государственных органов, и со стороны заинтересованного бизнеса;

- и др.

Наиболее острой проблемой в туристической отрасли, как и во многих других, остается привлечение инвестиций, при условии потребности в длинных деньгах и достаточно низкой в равнении с другими рынками прибыльности и высокой рискованностью вложений.

Наиболее распространенный подход в развитии туристической отрасли в России на сегодняшний день связан с внедрением проектного подхода, основанного на вливании средств и сил в событийный туризм, при-

званный привлечь единомоментно значительное количество людей и на основе этого повысить информированность и заинтересованность в посещении той или иной территории. Примерами такого подхода служат проведенные в последние 5 лет крупные политические, культурные и спортивные события такие как: Саммит АТЭС (Владивосток), XXVII Всемирная летняя Универсиада (Казань), XXII Зимние Олимпийские игры (Сочи), VII саммит БРИКС (Уфа), Чемпионат мира по футболу (Москва, Калининград, Санкт-Петербург, Нижний Новгород, Волгоград, Казань, Самара, Саранск, Ростов-на-Дону, Сочи, Екатеринбург), и др. В 2018 году наиболее популярными для туристов городами в Российской Федерации стали:

1. Москва — 23,5 млн туристов, +9%¹
2. Санкт-Петербург — 8,5 млн, +13%
3. Сочи — более 6 млн
4. Казань — более 3 млн, +11%
5. Владивосток — более 3 млн, +10%

Все эти города стали участниками событийного туризма, проведение крупных мероприятий безусловное производит положительный эффект на развитие регионов, позволяякратно улучшить состояние туристической инфраструктуры и создать положительный образ территории, однако без проработанной стратегии дальнейшего привлечения туристов, созданные объекты могут стать серьезной строкой расходов для бюджета муниципалитета или региона. Инфраструктура, построенная под проведение определенного события, требует выстраивание четкого плана дальнейшего использования созданных объектов, так как окупаемость вложений зависит от дальнейшей их доходности в процессе эксплуатации, это в свою очередь приводит к нескольким сценариям [2]:

1. Перепрофилизация – изменение направления использования созданной туристической инфраструктуры с ее полной утратой для туристической отрасли (ярким примером является город Сочи, где после проведения олимпийских игр часть созданной гостиничной сети – олимпийская деревня» была перепрофилирована под жилые дома и другие виды использования, которые никак не связаны с туризмом). Данный сценарий приводит регион к состоянию начальной фазы и не позволяет расширить туристический поток.

2. Частичное непрофильное использование – привлечение дополнительных инвестиций на содержание туристической инфраструктуры за счет непрофильного использования объектов, при условии сохранения возможности их использования в сфере туризма (примером, могут служить ряд стадионов построенных к проведению Чемпионата мира по футболу, которые привлекают арендаторов – рестораны, спортивные секции и школы, спа-салоны, детские игровые зоны, фитнес центры, для получения до-

¹ % роста по сравнению с 2017 годом, данные ТурСтат <http://turstat.com/toprussiatravel2018>.

полнительной прибыли, при этом проводя и спортивные мероприятия – матчи чемпионата России по футболу). Такой сценарий во многом оправдан, позволяя сохранить построенные объекты внутри туристической отрасли, привлечение дополнительных инвестиций стимулирует интенсивность использования инфраструктуры и может служить увеличению туристического потока.

3. Стратегия развития туризма – формирование плана использования созданной инфраструктуры в туристических целях, с проработкой дальнейшего развития данной отрасли в регионе (наибольших успехов в данной сценарии добилась Казань, проведя на своей территории за последние 7 лет более 5 крупных спортивных и культурных мероприятия, с постоянным наращиванием туристической инфраструктуры, сегодня город входит в тройку наиболее популярных маршрутов России). Сценарий направлен на создание туристического кластера и использование данной сферы для реализации экономического потенциала региона.

Наравне с проектным подходом, для реализации масштабных инфраструктурных проектов в сфере туризма используются инструменты государственно-частного партнерства (далее ГЧП). Основной целью ГЧП является развитие инфраструктуры в интересах общества путем объединения ресурсов и опыта каждой из сторон, реализация общественно значимых проектов с наименьшими затратами и рисками [1]. Причины создания ГЧП в туристической сфере разнообразны. К основным – специалисты ЮНВТО (The United Nations World Tourism Organization - всемирная туристическая организация) и эксперты туристической отрасли относят следующие [1]:

- потребность формирования новых туристических продуктов или услуг;
- пропорциональная ответственность между партнерами (не только финансовая, но и в области принятия решений);
- минимизация сроков внедрения инноваций;
- оптимизация и мобилизация ресурсов;
- «трансфер технологий»;
- привлечение инвестиций, вызванное нехваткой длинных денег и бюджетных возможностей участников.

Это делает использование механизмов ГЧП при создании объектов инфраструктуры, как туристической, так и рекреационной, как никогда актуальным, для этих целей могут использоваться различные инструменты стимулирования частного сектора: льготы, налоги, кредиты и т. д.

К примеру, в качестве одной из форм ГЧП можно рассматривать формирование особых экономических зон (ОЭЗ), регулируемое Федеральным законом от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах». Данный закон предусматривает создание особого налогового и таможенного режима для резидентов, а также вводит определенные льготы для бизнеса, такие как пониженные арендные ставки или субсидирование

процентных ставок по кредитам. Однако у данного подхода есть немало минусов, например Байкальская гавань, находящаяся на озере Байкал была построена именно на основе ГЧП ОЭЗ. Правительство Республики Бурятия разорвало контракт с рядом резидентов в связи с невыполнением условий проекта. Из необходимых 24 млрд. руб. инвестиций было профинансировано только 4,76 млрд. руб. В результате к концу 2015 г. сдано и принято в эксплуатацию лишь 115 объектов из запланированных 890. Однако, несмотря на это, в 2015 г. Гавань посетило около 100 тыс. чел., окупаемость составила 6 %.

Существует ряд объективных барьеров для эффективного сотрудничества между государством и бизнесом, к которым можно отнести отсутствие четкого понимания процесса организации ГЧП и четкой законодательной базы. Инвесторы не стремятся вкладывать средства в туристическую инфраструктуру, поскольку срок окупаемости слишком долгий (9-12 лет), при высокой стоимости земли. Отечественные инвесторы, как правило, вкладывают средства в краткосрочные проекты, тогда как туристических проектов такого характера не так много. Поэтому, чтобы привлечь долгосрочные инвестиции, правительству следует использовать концессии: например, в Израиле правительством возвращается 30% средств, вложенных в туристический сектор в виде налоговых льгот, Франция предоставляет субсидии при реконструкции гостиничных комплексов, в Египте предусмотрены налоговые льготы для новых отелей. Участие российских государственных структур в создании туристической инфраструктуры минимально. Можно говорить только об отдельных случаях взаимодействия государства и бизнеса в развитии индустрии туризма.

Дальнейшее исследование предлагаемой темы позволит сформировать новый подход с учетом существующих проблем, при этом в ближайшие годы развитие внутреннего туризма станет одной из наиболее острых тем в социально-экономическом пространстве Российской Федерации, поэтому необходимо выработать инструменты и механизмы, на которых будет основываться государственная политика в данной области. Используемые подходы частично оправдывают себя, однако они не дают желаемого эффекта при расходовании значительного объема бюджетных средств и инвестиций.

Литература

1. Акимова О.Е., Волков С.К. Государственно-частное партнерство как инструмент развития индустрии туризма в Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 2 (233). – С. 43-48.
2. Дорофеева Л.В. Инфраструктурный потенциал как основа устойчивого развития регионов России // Экономика и предпринимательство. 2015. № 6-1 (59-1). – С. 213-215.

3. Зализняк Е.А. Региональный туризм: основные признаки и условия развития // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. 2015. №2 (19) – С. 70-75.
4. Остроумов О. В. Туризм. Продвижение российского турпродукта: возможности и реальность: учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007.
5. WTTC Repor «Global Economic Impact and Issues» 2018. – Electronic text data. – Mode of access: <https://www.scribd.com/document/374592334/Global-Economic-Impact-and-Issues-2018>.

Поступила в редакцию

05.02.2019

Дорофеева Людмила Владимировна – кандидат экономических наук, научный сотрудник, Институт проблем региональной экономики РАН, г. Санкт-Петербург, Россия.

Dorofeeva Liudmila – Ph.D., Researcher, Institute of Regional Economy Problems RAS, St. Petersburg, Russia.

Дамбаева Софья Валентиновна – аспирант 1 курса направления «Региональная экономика», Северо-Западный институт управления РАНХиГС, г. Санкт-Петербург, Россия.

Dambaeva Sofya V. – Graduate Student of Regional Economy, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, St. Petersburg, Russia.

Россия 190013, г. Санкт-Петербург, ул. Серпуховская, 38

38, Serpukhovskaya str., Petersburg, 190013, Russia

e-mail: dorofeevalucy@gmail.com

e-mail: sofyadambaeva@yandex.ru