

Траектория развития туризма в РФ: от программных документов до корпорации

The trajectory of tourism development in the Russian Federation: from policy documents to a corporation

Джанджугазова Е.А., Кобяк М.В.

E. Dzhandzhugazova , M. Kobyak

В статье рассматривается траектория развития туризма за последнее десятилетие, охватившее новый этап становления и развития внутреннего туризма с опорой на мобилизационную модель, позволившую в короткие сроки создать региональную туристскую инфраструктуру, позволяющую предложить современный и конкурентоспособный турпродукт.

The article examines the trajectory of tourism development over the past decade, which covered a new stage in the formation and development of domestic tourism based on a mobilization model, which made it possible to create a regional tourist infrastructure in a short time, allowing to offer a modern and competitive tourist product.

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, стратегия развития, корпорация по туризму.

Key words: tourism, hospitality industry, development strategy, tourism corporation.

В условиях продолжающихся пандемийных ограничений мировая экономика продолжает осваивать мобилизационные инструменты, пытаясь тем самым сохранить на плаву целый ряд отраслей наиболее чувствительных к карантинным ограничениям. Туризм, гостеприимство, ресторанный бизнес, массовая культура, транспорт, спорт – еще недавно составлявшие существенную долю в региональных и национальных бюджетах находятся в

крайне тяжелом финансовом положении, что неизбежно приводит к серьезным социально-гуманитарным проблемам: начиная со стремительной потере рабочих мест и заканчивая проблемами с массовым отдыхом и рекреацией населения.

В этой связи следует отметить, что Ковид- 19 стал для экономики не только серьезным испытанием на прочность, но и совершенно неожиданно создал «лабораторные» условия для проверки правильности принимаемых ранее мер и решений. Если говорить о развитии туризма в России, то принятые десять лет назад меры по развитию внутреннего туризма оказались правильными и своевременными. Начиная с принятия Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)», ориентированной на освоение кластерной модели развития туризма в стране до формирования Стратегии развития туризма и Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», ключевые вопросы, связанные с развитием туризма в стране стали решаться на государственном уровне, что в значительной степени снизила риски и подчеркнула особую важность сферы туризма для сохранения и развития здоровья населения страны.

Вопросы массового отдыха в исторической России всегда носили государственный характер. В Российской империи и в СССР проекты, связанные с созданием и развитием курортов, имели государственный масштаб – «Марциальные воды», курорты Крыма, Кавказских Минеральных вод, Черноморского побережья были результатом государственной поддержки и активного содействия развитию. В Новой России с 1991года сфера туризма и гостиничного бизнеса стала преимущественно частной, что с одной стороны способствовало развитию международного туризма и привлечению крупных частных инвестиций, а с другой практически полностью разрушила советскую систему массового отдыха и оздоровления, созданную в СССР.

Постепенное возвращение государства в национальную экономику ознаменовалось новым вектором развития туризма с опорой на собственные территории, что в определенной степени продолжило применение нашей страной в критических ситуациях мобилизационного подхода, способного мобилизовать собственные туристские ресурсы на отдых и рекреацию россиян в условиях давления факторов внешней среды, включая санкции и неблагоприятную обстановку, связанную с пандемией.

Мобилизационная экономика – это особый тип экономических отношений предполагающих использование ресурсов государства на важнейшие приоритеты. Обычно такая модель хорошо работает в условиях антикризисных мер и связана с чрезвычайными обстоятельствами: войнами, крупными стихийными бедствиями, мировыми экономическими кризисами и пр. Обоснованная в начале XX века представителем кейнсианства Сеймуром Харрисом модель мобилизационной экономики в начале 21 столетия стала считаться вынужденной и несовременной, а значит не способной решать задачи современной постиндустриальной экономики, вместе с тем, в условиях практически полной непредсказуемости текущего времени она обрела новый смысл и значение.

Принимая во внимание необходимость следования принципам мобилизационной экономики, включающей:

- наличие угрозы существования государства и общества;
- постановка руководством страны цели на преодоление угроз;
- разработка государственного плана или программы устранения угрозы;
- создание специальных государственных органов, осуществляющих мобилизационные действия.

Можно отметить, что проблема развития внутреннего туризма, начиная с целеполагания и заканчивая программно-институциональными мерами, решается в мобилизационной парадигме.

Мобилизационная парадигма: программные меры развития внутреннего туризма

Принятая в 2019 году «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [5], стала важным документом, по-новому открывшим направления развития внутреннего туризма:

- ✓ Основные виды туризма: автотуризм, горнолыжный, круизный, молодежный, научный, промышленный, «нишевые виды туризма» (редкие виды);
- ✓ Формирование «Магистральной инфраструктуры» - объекты транспортной и энергетической инфраструктуры федерального, межрегионального значения;
- ✓ Создание «Обеспечивающей инфраструктуры» - объекты, необходимые для функционирования объектов туристской инфраструктуры на туристских территориях (сети электроснабжения, газоснабжения, теплоснабжения, водоснабжения, водоотведения и пр.)
- ✓ Развитие «Системы навигации и ориентирования в сфере туризма» - совокупность необходимой для ориентирования туристов информации о туристских ресурсах и об объектах туристской индустрии;
- ✓ Ориентация на «Туристский маркетплейс» - информационная система на базе цифровой платформы по предоставлению информации, бронированию и приобретению туристских продуктов на территории Российской Федерации, объединяющая значительное число участников рынка туристских услуг.

В качестве главной цели Стратегии выступило комплексное развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации за счет создания условий для формирования и продвижения качественного туристского продукта.

- усиление социальной роли туризма;

- увеличение более чем в 2 раза количества внутренних туристских поездок на одного жителя Российской Федерации к 2035 году;
- увеличение инвестиций в сферу туризма в 3 раза к 2035 году.

Основные задачи:

- создание конкурентоспособного туристского продукта;
- стимулирование спроса и повышение доступности туристского продукта;
- совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере туризма.

В дальнейшем программный подход был подкреплен формированием Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» [4]. Ключевым элементом этого документа стал ориентир на создание возможностей для открытия туристского потенциала страны для каждого россиянина.

Совершенно очевидно, что туризм приносит существенные доходы и оказывает позитивное влияние на развитие экономики и социальной сферы страны. Суммарный вклад туризма в экономику РФ составляет 12 трлн. руб. (2019г.). При этом прямой эффект – 3,7 трлн. руб., косвенный – 5,9 трлн. руб., индуцированный – 2,6 трлн. руб. Рассмотрим структуру прямого эффекта (рис.1.).

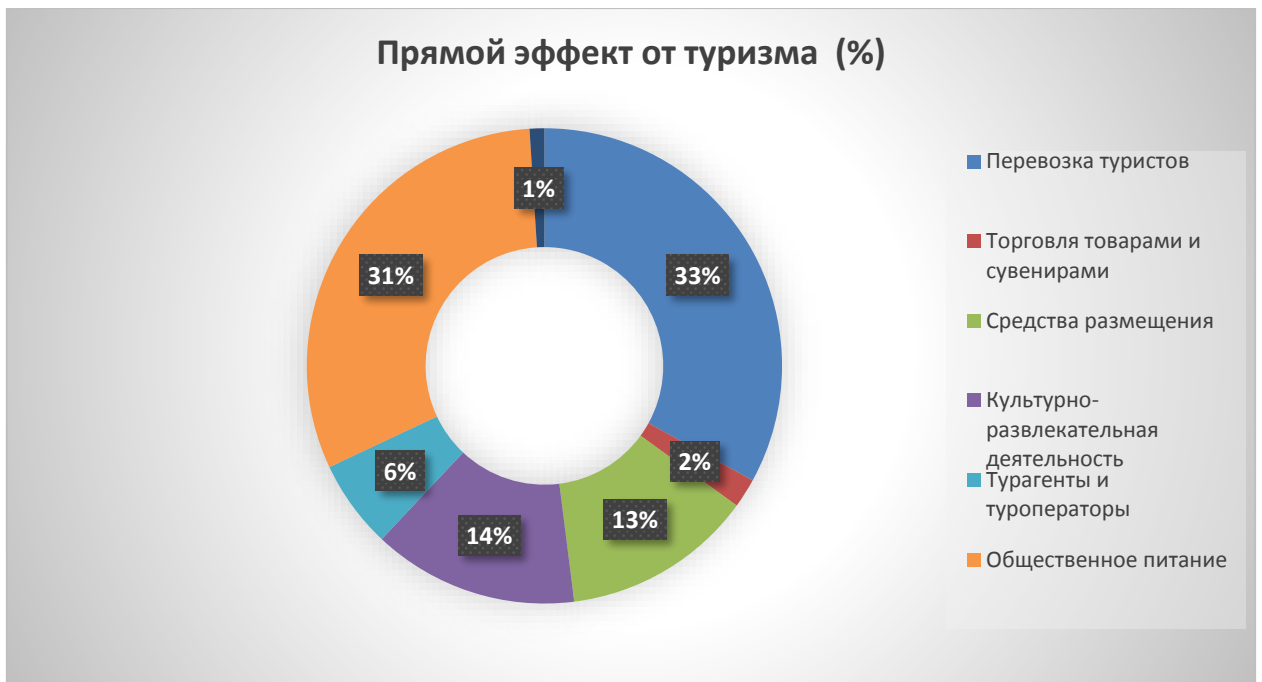


Рис.1. Элементы, входящие в структуру «Прямой эффект от туризма».

Приведенная структура показывает, что самыми весомыми элементами, составляющими прямой доход от туризма являются транспортные расходы туристов (33%), расходы на питание (31%), средства размещения (13%) и культурно-развлекательные программы (14%). Подобное распределение статей доходов\затрат вполне соразмерно весомости данных услуг, формирующих туристский продукт. Понимание сущности прямого эффекта и роли в нем статей туристских расходов, формирующих доходы туристских дестинаций крайне необходимо для формирования региональных программ развития туризма, так как доходы региона от туризма зависят, прежде всего, от наличия развитой туристской инфраструктуры, которая должна находиться в фокусе внимания региональных и местных властей. В контексте развития туристской инфраструктуры, как в Стратегии, так и в Национальном проекте по развитию туризма раскрываются системные проблемы инвестиционной деятельности и в частности рассматриваются трудности на пути инвесторов заинтересованных в развитии проектов внутреннего туризма.

Весь инвестиционный процесс включает три главных узла (этапа), включающие сдерживающие факторы:

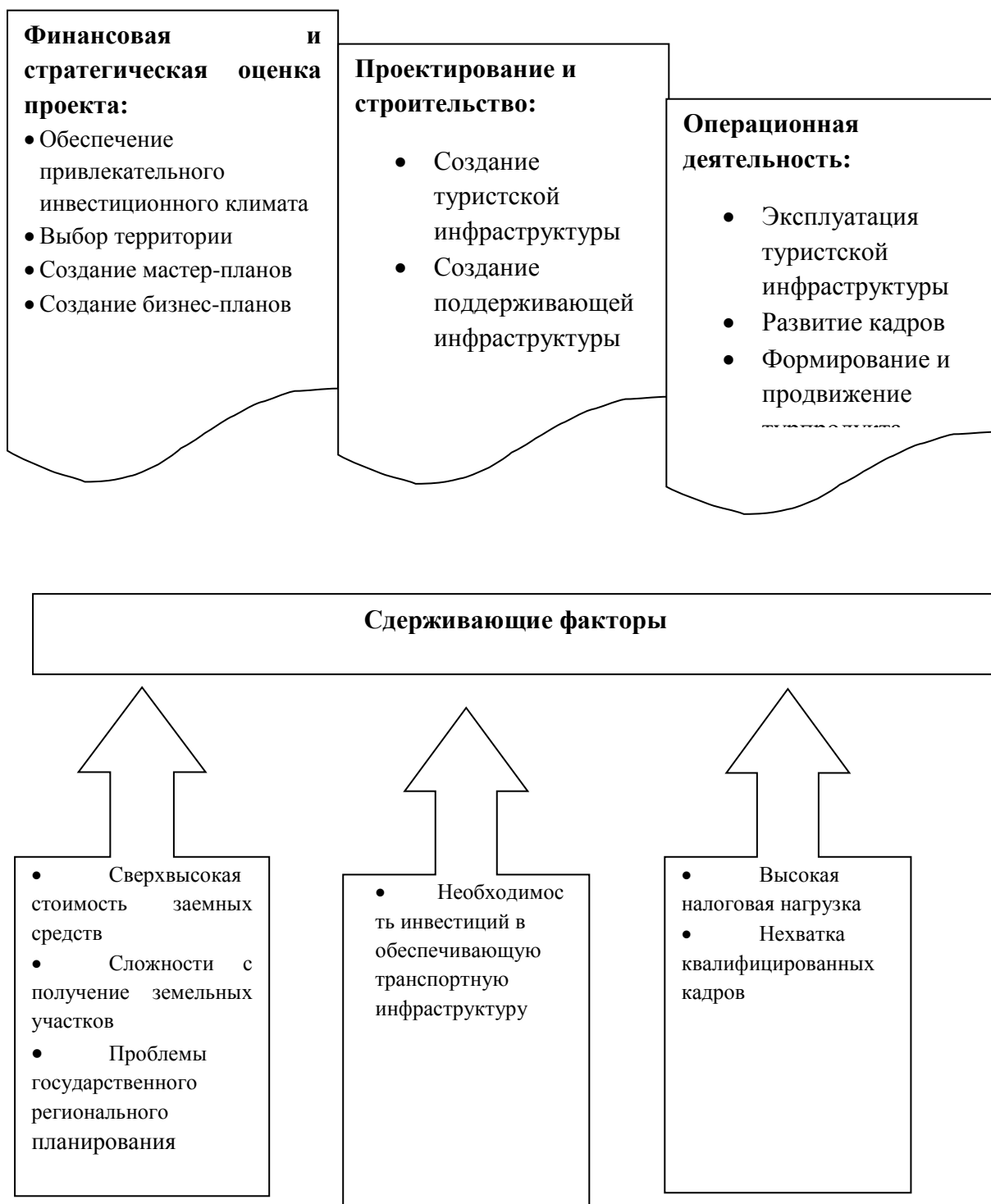


Рис. 2. Путь инвестора: основные этапы и сдерживающие факторы. [4]

Показанный на рис. 2 инвестиционный процесс позволяет увидеть все сдерживающие факторы его развития поэтапно. Подобное структурирование факторов дает возможность более глубоко и полно увидеть существующие проблемы и разработать пути их решения. Запуск Национального проекта - это не только набор действенных мер по развитию внутреннего туризма, но и лучший способ обеспечить высокую степень координации всех государственных органов управления, как на федеральном, так и на региональном уровне. Следует подчеркнуть, что Национальный проект сможет обеспечить системное развитие внутреннего туризма, включая:

1. строительство крупных гостиничных комплексов;
2. масштабную цифровизацию;
3. субсидирование туристских поездок;
4. подготовку кадров;
5. активное продвижение национального турпродукта.

Для решения масштабных задач Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» при Правительстве РФ в 2020г. на основе слияния АО «Курорты Северного Кавказа», АО «Корпорация развития Северного Кавказа» и фонда «Посети Кавказ», была создана Корпорация по туризму, которая сосредоточится на развитии внутреннего туризма. Вновь созданная корпорация будет заниматься мастер-планированием российских территорий, с целью последующего инвестирования в создание инфраструктуры, расчетом будущих турпотоков в соответствии с потенциалом и возможностями туристских кластеров. [6]

Фактически новая корпорация по туризму обеспечит институциональную поддержку Национального проекта, так как застройка и освоение территорий должна быть системная и комплексная с учетом сохранения культурно-исторического наследия территории при обязательной оценке предельной антропогенной нагрузки и обязательном соблюдении

интересов местного населения. Работы по мастер-планированию территории будут проводиться с учетом координации всех уровней власти, что уменьшит риски хаотичной застройки, нарушение природного видового ландшафта и противоборство местного населения с которым нередко сталкиваются властные структуры. В рамках развития внутреннего туризма в России уже определено несколько туристическо-рекреационных кластеров – Крым, Дальний Восток, Золотое кольцо, Кавказ, они же входят в Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», который находится в стадии разработки, его предполагаемое финансирование составит 629 млрд. руб. до 2030г. Одновременно Корпорация по туризму будет участвовать в бизнес-проектах в рамках частно-государственного партнерства (ГЧП). На один рубль бюджетных средств планируется привлекать не менее 3-4 рублей от бизнеса. В правительстве при участии корпорации рассчитывают повысить интерес банков к проектам в сфере туризма.

В итоге, рассматривая путь от Федеральной целевой программы (2011г.) до создания Корпорации по развитию туризма (2020г.), следует подчеркнуть, что органы управления туристской сферы прошли определенный путь и в целом за 10 лет смогли создать работающую модель развития туризма, учитывающую передовой зарубежный опыт территориального развития туризма и лучший российский-советский опыт программно-целевого планирования. Вместе с тем нельзя не отметить целого ряда трудностей и узких мест подобной модели развития, но здесь главным является умение делать своевременные системные выводы в ходе апробации наметившейся модели развития туризма, которая в значительной степени стала результатом вынужденных реактивных мер на сложную эпидемиологическую и экономическую ситуацию функционирования мирового туризма. На наш взгляд, следующим этапом должна стать работа по выработке проактивной позиции, предполагающей более высокий уровень прогнозной деятельности.

Литература

1. Джанджугазова Е.А. Российский туризм в «новой реальности»: постановка проблемы. Российские регионы: взгляд в будущее. 2015.Т.2. №4. С.99-109.
2. Джанджугазова Е.А. Туризм: анатомия кризиса. Российские регионы: взгляд в будущее. 2015.Т.2. №1. С.116-129.
3. Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 80. Июнь 2020 г. с. 49-63
4. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». [URL:http://www.sfrp.ru/images/news/2020/12/23-12-2020/Prezentatsia_natsproekta_Turizm_i_industria_gostepriimstva.pdf](http://www.sfrp.ru/images/news/2020/12/23-12-2020/Prezentatsia_natsproekta_Turizm_i_industria_gostepriimstva.pdf)
5. «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» от 20.09.2019г. №2129-р. Электронный ресурс: <https://tourism.gov.ru/upload/iblock/298/>
6. Официальный сайт «Корпорация Туризм.РФ». <https://www.xn--g1abnnjg.xn--p1ai/>