

НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

Пахалов Александр Михайлович¹,
МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Полянская Елена Евгеньевна²,
МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

ИНСТИТУТЫ РАЗВИТИЯ И НОВЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ В ТУРИЗМЕ (ОБЗОР ИТОГОВ ВСЕРОССИЙСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «ВЛАДИМИРСКИЙ ТРАКТ – ДОРОГА К НОВЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ В ТУ- РИЗМЕ»)

Статья посвящена итогам всероссийской научно-практической конференции «Владимирский тракт – дорога к новым технологиям в туризме», организованной Экономическим факультетом МГУ имени М. В. Ломоносова. Целью мероприятия было создание профессиональной дискуссионной площадки для обмена опытом с участием экспертов и практиков туристского бизнеса.

Ключевые слова: институты развития, новые формы организации, внутренний туризм, региональная экономика.

DEVELOPMENT INSTITUTIONS AND NEW FORMS OF ORGANIZATION IN TOURISM (OVERVIEW OF THE NATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE «VLADIMIR ROAD – THE PATH TO NEW TECHNOLOGIES IN TOURISM»)

The paper addresses the results of the first National Scientific Conference «Vladimir Road – the Path to New Technologies in Tourism» organized by the Faculty of

¹ Аспирант, директор по развитию центра исследований сетевой экономики экономического факультета; e-mail: arahalov@econ.msu.ru

² Кандидат экономических наук, старший научный сотрудник лаборатории институционального анализа экономического факультета; e-mail: el.polyanskaya@mail.ru

Economics of Lomonosov MSU. The aim of the conference was to provide a professional discussion platform for experience exchange between experts and business people from tourism.

Key words: development institutions, new forms of organization, local tourism, regional economy.

Развитие внутреннего и въездного туризма является одним из приоритетных направлений государственной политики, о чем свидетельствует принятие Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма Российской Федерации»¹. Однако в настоящее время туристическая отрасль существенно отстает от среднемировых показателей. Так, согласно рейтингу Всемирного экономического форума, в 2013 г. Россия занимала 63-е место среди 140 стран, в 2015-м — 45-е место из 141², а по данным, приведенным премьер-министром Д. Медведевым в августе 2015 г., доля туризма в России составляет 1,5% в то время как лишь 1,5%, в мировой структуре ВВП — почти 10%³. Как повысить туристическую привлекательность российских регионов? Возможно ли создать в России объекты туристической инфраструктуры, соответствующие международным стандартам? Насколько перспективны новые для России формы туристического бизнеса — в частности, агротуризм и этнотуризм? Какое значение для развития внутреннего туризма имеет государственная поддержка?

Эти и другие вопросы были вынесены на обсуждение в рамках **Всероссийской научно-практической конференции «Владимирский тракт — дорога к новым технологиям в туризме»**, состоявшейся с 12 по 14 июня 2015 г. Организатором конференции выступил экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, а местом проведения был выбран агрокультурный туристический комплекс «Бог-

¹ Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» утверждена Постановлением Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 (в ред. Постановлений Правительства РФ от 18.09.2012 № 936, от 18.02.2014 № 121).

² Travel and Tourism Competitiveness Index 2013 г. Источник: Всемирный экономический форум: Рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности путешествий и туризма в 2013 г. [Электронный ресурс] // Центр гуманитарных технологий. 2013.03.07. URL: <http://gtmarket.ru/news/2013/03/07/5520>, <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2015>

³ Дмитрий Медведев принял участие в церемонии вручения премий Правительства в области туризма // Правительство России. Официальный сайт. URL: <http://government.ru/news/19268>

дарня», расположенный в Петушинском районе Владимирской области. Выбор места проведения конференции был неслучайным: Владимирская область является регионом с высокой туристической привлекательностью и значительным потенциалом для развития туризма и смежных отраслей, что подтверждается различными рейтингами и исследованиями¹.

Партнерами конференции выступили Администрация Владимирской области, Владимирское областное отделение Общероссийской организации малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ» и Ассоциация внутреннего и въездного туризма. Активное участие в подготовке и проведении конференции также приняли другие представители академического и предпринимательского сообществ из различных регионов и организаций.

Основная цель конференции заключалась в создании профессиональной площадки для обмена опытом с участием экспертов и практиков туристической отрасли. В ходе конференции обсуждались перспективы развития туризма как во Владимирской области, так и во многих других российских регионах, что было обусловлено межрегиональным составом ее участников. В работе конференции приняли участие докладчики из Москвы, Подмосковья, Республики Марий Эл, Владимирской, Калининградской и Ярославской областей.

Три дня конференции позволили провести обсуждение актуальных вопросов развития туризма в различных форматах. В ее рамках состоялось пленарное заседание, две научные секции, молодежная секция и четыре круглых стола.

В первый день конференции прошла молодежная секция, в рамках которой студенты, аспиранты и молодые выпускники вузов представили свои исследования на обсуждение с участием профессоров и научных сотрудников из МГУ имени М. В. Ломоносова и других вузов. Особое внимание молодые участники конференции уделили современным технологиям в туризме – в частности, активное обсуждение вызвали доклады, посвященные применению веб-сервисов в туризме (**Д. В. Никитин**, представитель молодежного правительства Шатурского района) и киноиндустрии как фактору

¹ В частности, по оценкам рейтингового агентства «Эксперт РА», Владимирская область входит в ТОП-20 регионов России с наиболее значительным туристическим потенциалом, см.: [Столбова А., Гайван Е., Кабалинский Д. Инвестиционная привлекательность регионов-2014. Бремя управления // РА Эксперт, декабрь 2014].

развития туристической отрасли (**Е. А. Калабихина**, аспирант МГУ имени М. В. Ломоносова).

Второй день работы конференции включал в себя пленарное заседание, а также две научные секции: «Маркетинговые технологии и новые формы организации в туризме» и «Институты развития и государственное регулирование в туризме». Выступая в рамках пленарного заседания, заместитель губернатора Владимирской области по социальной политике **М. Ю. Колков** отметил, что региональные власти рассматривают туризм в качестве важного фактора регионального экономического развития и готовы предпринимать конкретные шаги для поддержки предприятий туристической отрасли. Например, проведение масштабных мероприятий в АТК «Богдарня» стало возможным во многом благодаря строительству удобной подъездной дороги к туристическому комплексу, осуществленному за счет регионального и муниципального бюджетов.

В рамках научных секций состоялись выступления профессоров, доцентов, научных сотрудников и экспертов, представлявших МГУ имени М. В. Ломоносова, региональные учебные заведения и исследовательские центры¹.

Первый доклад конференции сделала **И. Е. Калабихина** (д.э.н., профессор экономического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова). Целью ее исследования было определение социально-демографического портрета людей, проявляющих активность по отношению к внутреннему и внешнему туризму. Представленное исследование было основано на данных «Российского индекса целевых групп» — масштабного ежегодного социологического исследования, охватывающего около 28 тыс. респондентов в 50 городах. Результаты опроса показали, что поездки по России совершают около 20% респондентов, при этом большинство из них не пользуются услугами компаний туристической отрасли. Только 25% внутренних туристов останавливаются в гостиницах, и лишь около 13% внутренних путешественников пользуются услугами туристических компаний. И. Е. Калабихина обратила внимание на то, что для различных социально-демографических групп характерны различные потребности и возможности, а следовательно, представителям туристической отрасли имеет смысл создавать специализированные туристические программы для отдельных групп в соответствии с демографическим статусом. Тему социально-демографических пор-

¹ С тезисами всех участников можно ознакомиться в специальном выпуске научного журнала «Новая экономика и региональная наука» (2015. № 2).

третов туристов продолжил в своем докладе **Д. А. Цапук** (к.г.н., доцент ЯГПУ имени К. Д. Ушинского). Он отметил, что мониторинг туристских потоков, включающий в себя составление социально-демографических «портретов» туристов и анализ их впечатлений, является важным инструментом системного маркетинга дестинаций. **М. Ю. Шерешева** (д.э.н., профессор МГУ имени М. В. Ломоносова) рассказала о формах сетевого взаимодействия между частными и общественными стейкхолдерами в сфере туризма. По мнению докладчика, успешное развитие туризма в рамках той или иной территории определяется степенью доверия и качеством взаимодействия между ключевыми участниками рынка (местными жителями, организациями и сообществами, специализированными компаниями, туристами). Создание устойчивой системы партнерских отношений и совместные взаимовыгодные тактические действия участников в конечном счете обеспечивают привлекательность территории как туристической дестинации. Конкретный пример межфирменного сетевого взаимодействия в сфере туризма привел в своем докладе **Ю. Л. Владимир** (к.э.н., генеральный директор ЗАО «Смартфин»). Речь идет о гастрономическом туризме, предполагающем тесное межфирменное взаимодействие между производителями гастрономических специалитетов (сельскохозяйственными предприятиями) и ориентированными на предоставление широкого спектра сервисных услуг компаниями туристической индустрии. В ряде стран такой симбиоз привел к формированию сетевых форм организаций, где сложилась тесная взаимосвязь между туристическими кластерами и локальными производителями сельскохозяйственной продукции.

Во многих регионах России осуществляются масштабные проекты, связанные с этническим туризмом. Для развития этнокультурного потенциала территорий важно создать узнаваемые региональные бренды и формировать территориальные этнотуристические кластеры. **А. Н. Полухина** (д.э.н., профессор Поволжского государственного технологического университета) отметила, что один из таких кластеров может быть сформирован в Республике Марий Эл. По мнению докладчика, важным фактором развития сферы туризма в этом регионе является уникальность Марийского края в историко-культурном и экологическом аспектах. Главной идеей регионального туристского кластера должна стать единая концепция – концепция этнотуризма (сохранение традиционных религиозных верований народов мари — язычества), на основе которой и следует сформировать программу развития туризма в регионе.

В свою очередь, для регионов Центрального федерального округа важными составляющими туристического потенциала являются усадебные комплексы. К сожалению, по состоянию на 2014 г. лишь 10% российских усадеб находится в удовлетворительном состоянии. Власти российских регионов активно ищут способы восстановления усадебных комплексов с привлечением частных инвестиций. В частности, в Московской области реализуется программа «Усадьбы Подмосковья», о которой рассказала **С. М. Борушкина** (консультант компании «Джонс Лэнг Ласаль»). Она отметила, что усадебные комплексы могут быть привлекательны для инвестора исключительно в случае его личной заинтересованности в проекте и при условии предоставления значительных скидок на аренду земли, которые как раз и предусмотрены подмосковной региональной программой. Опыт Столичного региона может быть интересен и для соседних областей – как отметила в своем докладе **С. Н. Рябова** (педагог МБОУ СОШ № 1 г. Петушки), в Петушинском районе Владимирской области расположено сразу несколько уникальных усадебных комплексов, однако практически все они находятся в заброшенном состоянии, а у местных властей отсутствует понимание относительно того, как можно восстановить комплексы и сделать их привлекательными для туристов.

В обсуждении докладов приняли активное участие гости конференции из различных вузов (МГУ имени М. В. Ломоносова, РАН-ХиГС при Президенте РФ, МСХА имеем К. А. Тимирязева, Финансовый университет при Правительстве РФ, Владимирский институт бизнеса). Выступающие отмечали, что в различных российских регионах есть примеры удачного решения многих проблем туристической отрасли, сформулированных в выступлениях докладчиков. Таким образом, необходимым условием комплексного решения этих проблем является формирование системы межрегионального взаимодействия с целью обмена лучшими практиками развития и регулирования туристического сектора.

В заключительный день конференции состоялся практико-ориентированный дискуссионный круглый стол «Владимирская область – центр притяжения туристических потоков», за которым собрались 25 участников, среди которых были руководители различных компаний из туристического сектора региона, представители власти, некоммерческих организаций, а также независимые эксперты. Круглый стол включал в себя четыре тематические части. В рамках первой из них обсуждались проблемы и перспективы развития агротуризма и экотуризма в российских регионах,

вторая часть была посвящена детско-юношескому и молодежному туризму, в рамках третьей части участники обсудили вопросы событийного туризма, а завершающая часть круглого стола была посвящена роли народных промыслов в развитии туризма. Модераторами круглого стола выступили **В. Ю. Шаров** (президент Ассоциации внутреннего и въездного туризма) и **Г. Д. Лаптев** (к.ф.-м.н., заведующий Лабораторией инновационного бизнеса и предпринимательства ЭФ МГУ).

Вопросы развития агротуризма участники круглого стола обсуждали на основе реального кейса АТК «Богдарня». В этом агротуристическом комплексе реализуется сразу несколько уникальных проектов: производится фермерская молочная и мясная продукция, проводятся турниры конных экипажей, организуются летние образовательные программы для школьников. Несмотря на растущую популярность комплекса, руководство «Богдарни» сталкивается с проблемами, актуальными для большинства российских проектов в сфере агротуризма. Среди проблем, перечисленных владельцем комплекса **Д. Кописки**, — сложности с подбором квалифицированных кадров, недоступность заемного финансирования и низкий уровень благоустройства территорий, прилегающих к объектам туристической инфраструктуры. Существуют и другие барьеры для развития агротуризма — в частности, чиновники нередко не разрешают выводить участки для строительства гостиниц и хостелов из категории земель сельскохозяйственного назначения. Кроме того, в Федеральной программе развития сельского хозяйства до 2020 г. нет упоминаний про такой вид деятельности, как сельский туризм, что лишает предпринимателей возможности получать субсидии и иные формы государственной поддержки на развитие этого вида деятельности.

По итогам конференции организаторами была подготовлена резолюция¹, содержащая в себе перечень проблем и предложений по развитию локального туризма, которая была направлена в органы власти и профильные организации. Резолюция включает в себя набор вполне конкретных рекомендаций — например, региональным властям предлагается разработать правовые механизмы по упрощенному изменению целевого назначения земель для агротуристических комплексов, органам местного самоуправления — уделить внимание благоустройству территорий, прилегающих к объектам туристиче-

¹ Резолюция конференции «Владимирский тракт — дорога к новым технологиям в туризме». URL: <http://www.econ.msu.ru/science/RCNE/resolution2015>

ческого назначения, а средним специальным и высшим учебным заведениям – внедрять и развивать образовательные программы, направленные на подготовку квалифицированного управленческого и обслуживающего персонала для туристической отрасли.

Основным выводом научно-практической конференции следует признать тезис о невозможности развития внутреннего туризма без создания благоприятной институциональной среды и формирования эффективных механизмов взаимодействия между всеми заинтересованными сторонами процесса: участниками отрасли, органами власти различных уровней и непосредственными потребителями туристических услуг. Такой механизм может быть создан в том числе с помощью регулярного обсуждения проблем отрасли на открытых дискуссионных площадках, одной из которых как раз и стала прошедшая конференция.