

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СУБЪЕКТАХ РФ

Под редакцией
М.Ю. Шерешевой



Экономический
факультет
МГУ
имени
М.В. Ломоносова

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени М. В. Ломоносова
Экономический факультет



ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СУБЪЕКТАХ РФ

Под редакцией
М. Ю. Шерешевой

Москва
2017

УДК 338.484.2
ББК 65.433(2Рос)
П75

Авторский коллектив:

*Т. Д. Баснина, В. О. Букина, Е. П. Вигушина, Т. Е. Гварлиани,
С. А. Иванова, Ш. А. Каппушев, И. В. Кожушкина, М. С. Оборин,
Е. Е. Полянская, Г. С. Сологубова, Н. В. Суханова, А. П. Сысоев,
М. Ю. Шерешева.*

Составитель:

С. М. Березка

П75 Привлечение инвестиций и развитие туризма в субъектах РФ: Сборник статей / Под ред. М. Ю. Шерешевой. — М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017. — 116 с.

ISBN 978-5-906783-57-8

В сборнике представлены статьи участников ежегодной научно-практической конференции «Владимирский тракт — дорога к новым технологиям в туризме», проводимой экономическим факультетом МГУ имени М. В. Ломоносова при поддержке администрации Владимирской области. В статьях приведен анализ современных тенденций в российской индустрии туризма и гостеприимства, включая такие аспекты проблематики, как формирование туристских кластеров и туристско-рекреационных особых экономических зон, межрегиональное сотрудничество в туризме, совершенствование инфраструктуры гостеприимства, развитие социального, познавательного и лечебно-оздоровительного туризма, агротуризма, санаторно-курортного комплекса.

Сборник статей представляет интерес для студентов и преподавателей вузов, интересующихся проблематикой сферы услуг и вопросами управления в туризме.

УДК 338.484.2
ББК 65.433(2Рос)

ISBN 978-5-906783-57-8

© Экономический факультет
МГУ имени М. В. Ломоносова, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Шерешева М. Ю.</i> Межрегиональное сотрудничество в сфере туризма	4
<i>Вигушина Е. П.</i> Факторы эффективного развития социального туризма в регионах Российской Федерации	11
<i>Баснина Т. Д.</i> Российская модель лечебно-оздоровительного туризма.....	20
<i>Оборин М. С., Кожушкина И. В., Гварлиани Т. Е.</i> Стратегические уровни экономической стабильности санаторно-курортного комплекса	29
<i>Оборин М. С., Кожушкина И. В., Гварлиани Т. Е.</i> Анализ финансово-экономических показателей деятельности санаторно-курортного комплекса Южного федерального округа.....	41
<i>Иванова С. А.</i> Некоторые аспекты реализации аттрактивного ресурса малых и моногородов.....	50
<i>Сысоев А. П.</i> Анализ деятельности туристско-рекреационных особых экономических зон регионального уровня	59
<i>Суханова Н. В.</i> Развитие туристских кластеров в Российской Федерации.....	67
<i>Каптушев Ш. А.</i> Базовые условия и механизмы решения задач развития туристского кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея.....	73
<i>Полянская Е. Е.</i> Классификация гостиниц как составляющая оценки инвестиционного потенциала региона	83
<i>Сологубова Г. С.</i> Судьба — усадьба.....	99
<i>Букина В. О.</i> Пермакультура как инновационное направление в агротуризме	109

МЕЖРЕГИОНАЛЬНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА

М. Ю. Шерешева,
д.э.н.,
МГУ имени М. В. Ломоносова

В текущем десятилетии в российской индустрии туризма произошли существенные изменения. Если после распада СССР наиболее интенсивный рост происходил в сегменте выездного туризма, который был значительно крупнее по сравнению с сегментом въездного туризма и обусловил внушительный дисбаланс между зарубежными и внутренними расходами российских туристов, то с 2015 г. наступил перелом. Традиционно высокие прибыли выездных туроператоров резко упали в условиях санкций, запрета на выезд за границу государственных служащих и сотрудников спецслужб, снижения курса рубля к евро и доллару и в особенности в результате фактического закрытия двух наиболее популярных направлений «пляжного» отдыха — Египта и Турции¹.

Как результат произошло смещение сегментов: число зарубежных поездок снизилось, увеличился въездной турпоток (прежде всего благодаря безвизовому режиму, введенному для групп китайских туристов) и в особенности внутренний турпоток. Российские туристы и турбизнес переориентировались на внутренний рынок². По данным экспертов Национального туристического рейтинга 2016 г., за два года число выездных туроператоров сократилось в 3 раза, в то время как число компаний, работающих на въездной и внутренний туризм, увеличилось почти в 5 раз³.

В то же время ситуация в этом сегменте далеко не однозначна. С одной стороны, существуют объективные предпосылки для того, чтобы

¹ Так, ежегодный доход Турции от почти 4,5 млн российских туристов составлял около 10 млрд долл. http://rbth.com/news/2015/11/26/rusia-to-stop-tourism-cooperation-with-turkey_544797

² По итогам летнего сезона 2015 г. спрос на Крым и Сочи вырос на 40%; предварительные итоги зимнего туристического сезона 2015–2016 гг. показали увеличение турпотоков на территории России в среднем на 10%. <http://www.russiatourism.ru/news/10296/>

³ http://russiantourism.ru/main/main_19786.html

внутренний и въездной туризм стал одним из драйверов диверсификации и успешного долгосрочного развития российской экономики. Российская Федерация с ее огромной территорией, многообразием климата, национальных культур, исторических памятников и природных ресурсов обладает феноменальным туристским потенциалом. С другой стороны, этот потенциал пока в основном остается нереализованным. Необходимы достаточно серьезные усилия, чтобы достичь соответствия современным мировым стандартам в сфере туризма и, как результат, обеспечить устойчивую конкурентоспособность российских регионов, обладающих хорошим потенциалом.

Требуется формирование системы институтов, способствующих росту инвестиций в модернизацию туристской инфраструктуры, в обучение персонала, в развитие современных коммуникаций, в формирование привлекательного имиджа перспективных территорий. Кроме того, для полноценного использования туристского потенциала страны предстоит преодолеть исторически сложившуюся неравномерность развития туристской инфраструктуры регионов.

В настоящее время на федеральном уровне предпринимаются серьезные усилия по стимулированию развития внутреннего и въездного туризма. Основными путями решения поставленных в этой сфере амбициозных задач являются: обеспечение государственной поддержки развития отрасли, развитие ГЧП и создание финансовых основ для привлечения инвестиций, совершенствование правоприменительной практики в сфере туризма, проведение широкомасштабной имиджевой кампании по продвижению национального туристского продукта, а также развитие международного и межрегионального сотрудничества в данной сфере.

Представляется важным особо остановиться на проблемах межрегионального сотрудничества и на тех возможностях, которые такое сотрудничество открывает для развития российской индустрии туризма.

Особая роль регионального туризма обусловлена целым рядом обстоятельств. Это одна из сфер, где возможно быстрое обращение капитала при относительно небольших капиталовложениях, это эффективное средство модернизации региональной инфраструктуры и возможность создания новых рабочих мест [6; 7; 10; 15]. Это серьезный генератор инноваций в сфере услуг, причем новаторами могут выступать не только представители бизнеса, но и руководители национальных, региональных и местных органов власти, ставящие своей целью развитие территории, и даже надправительственные организации [5]. Кроме того, благодаря развитию туризма возможно придать дополнительный импульс развитию обширной сети экономических агентов, представляющих разные отрасли экономики: торговлю, транспорт

и связь, сельское хозяйство, производство потребительских товаров [13; 9]. Мировой опыт показывает, что сетевое взаимодействие организаций, расположенных в рамках той или иной туристской дестинации, способствует кумулятивному росту конкурентоспособности и устойчивому развитию региональной экономики в целом [2; 12; 21]. При этом отличные результаты могут достигаться в результате трансграничного межрегионального сотрудничества и сотрудничества регионов одной отдельно взятой страны [17; 20; 22; 28].

Как показал целый ряд исследований, целесообразность кооперации обусловлена спецификой туристского продукта и потребительского поведения на этом рынке. Значительная часть современных туристов демонстрируют склонность к максимизации ценности турпоездки за счет охвата нескольких дестинаций [19; 25]¹, особенно в том случае, если они расположены близко друг к другу и предлагают совместимые турпродукты и сопутствующие услуги [18; 23]. Соответственно таким дестинациям «следует понять, что они являются взаимозависимыми и что они должны работать вместе, чтобы предложить общий продукт, привлекательный для туристов и удовлетворяющий их запросы», благодаря чему улучшится рыночная позиция каждой из них в отдельности [14; 27].

Так, в Юго-Восточной Азии трансграничное межрегиональное сотрудничество реализуется в форме трехсторонней кооперации — так называемых «треугольников экономического роста»: Индонезия — Малайзия — Таиланд (IMT—GT); Сингапур — Джохор² — Риау³ (SIJORI); Восточноазиатский треугольник роста «Бруней — Индонезия — Малайзия — Филиппины» (BIMP—EAGA) [16]. Эти треугольники роста представляют собой правительственные инициативы и подразумевают сотрудничество частного сектора с целью стимулирования экономического роста между соседними странами. Особенно успешным признан треугольник SIJORI, в основном благодаря крупным инвестициям со стороны сингапурских компаний, развивающих туристические проекты на индонезийских островах Бинтан (Bintan) и Батам (Batam) [17].

В качестве примера трансграничного сотрудничества, способствующего развитию въездного туризма в РФ, является программа приграничного сотрудничества «Литва — Польша — Россия», в которой со стороны России участвует Калининградская область. Программа предполагает создание новых совместных туристических маршрутов, таких как «Создание туристического маршрута от Тильзитского мира 1807 г.

¹ Так называемое multi-destination travel behavior.

² Султанат в Малайзии — штат Малайзии, входящий в федерацию.

³ Провинция в Индонезии, на острове Суматра.

до Таурогенской конвенции 1812 г.»¹, «Музеи через границы»² или «Перекрестки 2.0»³ [5]. Усложнившаяся после 2014 г. ситуация тормозит активное развитие программы, но одновременно служит своего рода опорой для сохранения и последующего развития трансграничных культурных и экономических связей в непростых геополитических условиях.

Что касается межрегионального сотрудничества внутри России, то его значимость пока серьезно недооценена. В настоящее время для страны характерно сочетание конкуренции между регионами за ресурсы, с одной стороны, и нацеленности региональной политики федерального центра на обеспечение устойчивости и динамичности развития страны в целом — с другой. Как результат, так называемая «компенсирующая региональная политика» нередко ведет к демотивации региональных органов власти при сложившейся территориальной структуре, отражающей волевые решения советского периода и исходный уровень социально-экономической дифференциации: территории-лидеры теряют стимул к интенсивному развитию, «отстающие» территории получают «иллюзию спокойствия» [1; 8; 11]. При этом органы власти как тех, так и других регионов зачастую вынуждены обособляться, чтобы в рамках сформировавшейся системы отчетности «не отдавать соседу» свои компетенции и ресурсы. Такого рода «местечковое мышление» в корне противоречит логике устойчивого долгосрочного развития и не только не способствует достижению международной конкурентоспособности, но и может вести к снижению общей эффективности и результативности развития туризма в регионе [24].

Наиболее реалистичными шагами в направлении развития межрегионального сотрудничества в сфере туризма оказываются те, которые направлены на соединение комплементарных ресурсов и компетенций регионов, расположенных в пределах одного федерального округа. В этом случае сопротивление институциональной среды несколько меньше, при этом возможна координация в общем контексте развития округа в целом. Так, на Дальнем Востоке существует единая цель формирования «элитного (экологического, вулканического, спелеологического, горнолыжного) и лечебно-оздоровительного секторов туризма с привлечением туристов из стран АТР» [11, с. 421]. Соответственно складывается понимание необходимости сетевого взаи-

¹ Проект предлагает туристам новое направление и способ познания истории эпохи наполеоновских войн.

² Реконструкция музея «Фридландские ворота» в Калининграде, превращение его в интерактивную площадку с применением 3D-моделирования пространства.

³ Создание новых турпродуктов — трансграничных маршрутов с привлечением новых объектов показа, расположенных на побережье Вислинского и Куршского заливов, с особым упором на водные маршруты.

модействия отдельных дальневосточных регионов и видна тенденция к координации деятельности создаваемых в ДВФО кластеров с целью повышения конкурентоспособности Дальнего Востока как туристской дестинации.

Примером развития межрегионального сотрудничества, выходящего за рамки одного федерального округа, является сотрудничество Ярославской области (Центральный федеральный округ) и Вологодской области (Северо-Западный федеральный округ) в рамках совместного проекта-экспедиции «Моя Родина — Россия». В течение календарного года дети и подростки в возрасте от 8 до 18 лет индивидуально или в составе экскурсионных групп посещают культурно-исторические и природные объекты этих двух регионов, накапливая баллы¹. В рамках проекта сформировалось устойчивое взаимодействие организаций туристической индустрии, включая малый и средний бизнес, учреждений образования и культуры. Это способствует созданию единого образовательного пространства и росту турпотока [3].

В заключение подчеркнем, что межрегиональное сотрудничество следует рассматривать в качестве перспективного фактора развития туризма в российских регионах. Преодоление разобщенности регионов способствует более выгодному соединению ресурсов и компетенций с целью повышения привлекательности каждой из сотрудничающих дестинаций. В долгосрочной перспективе это ведет к росту конкурентоспособности. Следовательно, на федеральном уровне следует обращать особое значение на формирование такой системы институтов, которая будет стимулировать не обособление регионов, а межрегиональное сотрудничество, позволяющее объединять усилия и компетенции для достижения общих целей развития.

Литература

1. *Алексеев О. Б., Щедровицкий П. Г., Шейман Д. И.* Институциональные механизмы регионального развития // Казанский федералист. — 2002. — № 3. — С. 37–47.
2. *Баджо Р., Шерешева М. Ю.* Сетевой подход в экономике и управлении: междисциплинарный характер // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2014. — № 2. — С. 3–21.
3. *Гусейнова А. Г., Морозова В. В.* Межрегиональное сотрудничество как один из факторов развития образовательного туризма в Ярославской области // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2015. — Т. 9. — № 3. — С. 99–104.

¹ Отметка о посещении того или иного объекта проставляется сотрудником музея в индивидуальную маршрутную книжку участника. По итогам года проходит торжественная церемония награждения участников экспедиции, набравших наибольшее количество баллов.

4. *Дунец А. Н.* Пространственная организация туризма в регионе: теоретические основы кластерного подхода // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2011. — № 1. — С. 37–44.
5. *Кропинова Е. Г.* Сотрудничество между Россией и ЕС в сфере инновационного развития туризма на примере программы приграничного сотрудничества «Литва — Польша — Россия» // Балтийский регион. — 2013. — № 4 (18). — С. 76–80.
6. *Новикова Н. Г., Лебедев К. А., Лебедева О. Е.* Региональный туризм как фактор социально-экономического развития экономики // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. — 2016. — Т. 10. — № 2. — С. 15–21.
7. *Оборин М. С.* Формирование стратегического механизма долгосрочного устойчивого развития территориального рынка санаторно-курортных услуг // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 12-1 (65-1). — С. 346–353.
8. *Паникарова С. В.* Региональная экономическая конкуренция в России: возможность достижения межрегионального паритета или фактор углубления межрегионального неравенства // Проблемы современной экономики. — 2007. — № 4. — С. 241–244.
9. *Полухина А. Н., Шерешева М. Ю., Рукомыльникова В. П., Напольских Д. Л.* Обоснование сравнительной эффективности реализации туристского потенциала (на примере регионов Приволжья) // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2016. — № 5 (47). — С. 122–140.
10. *Постикэ Н. Б.* Влияние туризма на экономику регионов, роль государства в развитии индустрии туризма // Проблемы и перспективы развития регионального туризма. — 2013. — № 14. — С. 128–135.
11. *Шеломонцев А. Г., Терентьева Т. В., Козлова О. А., Макарова М. Н.* Межрегиональное сотрудничество как институт реализации стратегий развития регионов Дальнего Востока // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2014. — Т. 11. — № 3. — С. 417–422.
12. *Шерешева М. Ю.* Сетевые формы организации в развитии регионального туристического бизнеса // Новая экономика и региональная наука. — 2015. — № 1. — С. 101–106.
13. *Шерешева М. Ю., Баджо Р.* Сетевой подход в изучении туристских дестинаций: новые тенденции // Инициативы XXI века. — 2014. — № 2. — С. 58–63.
14. *Bahar O., Kozak M.* Advancing destination competitiveness research: Comparison between tourists and service providers // Journal of Travel and Tourism Marketing. — 2007. — Vol. 22. — № 2. — P. 61–71.
15. *Botti L., Peypoch N., Robinot E., Solonadrasana B.* Tourism destination competitiveness: The French regions case // European Journal of Tourism Research. — 2009. — Vol. 2. — № 1. — P. 5–24.
16. *Grundy-Warr C., Perry M.* Tourism in an Inter-State Borderland: The case of the Indonesian-Singapore cooperation // *Teo P., Chang T.C. and Ho K.C. (eds.) Interconnected Worlds: Tourism in Southeast Asia.* Oxford: Pergamon, 2001.
17. *Hamzah A.* Policy and planning of the tourism industry in Malaysia // The 6th ADRF general meeting. — Bangkok, Thailand, 2004.

18. *Hill T., Shaw R. N.* Co-marketing tourism internationally: Bases for strategic alliances // *Journal of Travel Research*. — 1995. — Vol. 34. — № 1. — P. 25–32.
19. *Hwang Y-H., Fesenmaier D.* Multidestination pleasure travel patterns: Empirical evidence from the American Travel Survey // *Journal of Travel Research*. — 2003. — Vol. 42. — № 2. — P. 166–171.
20. *Ioannides D., Nielsen P. Å., Billing P.* Transboundary collaboration in tourism: The case of the Bothnian Arc // *Tourism Geographies*. — 2006. — Vol. 8. — № 2. — P. 122–142.
21. *Iordache C., Ciocină I., Asandei M.* Clusters-Tourism activity increase competitiveness support // *Theoretical and Applied Economics*. — 2010. — Vol. XVII. — № 5 (546). — P. 99–112.
22. *Majewska J.* Inter-regional agglomeration effects in tourism in Poland // *Tourism Geographies*. — 2015. — Vol. 17. — № 3. — P. 408–436.
23. *Naipaul S., Wang Y., Okumus F.* Regional destination marketing: A collaborative approach // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. — 2009. — Vol. 26. — № 5–6. — P. 462–481.
24. *Prideaux B., Cooper C.* Marketing and destination growth: A symbiotic relationship or simple coincidence? // *Journal of Vacation Marketing*. — 2002. — Vol. 9. — № 1. — P. 35–51.
25. *Puczko L., Ratz T., Smith M.* Old city, new image: Perception, positioning and promotion of Budapest // *Journal of Travel and Tourism Marketing*. — 2007. — Vol. 22. — № 3–4. — P. 21–34.
26. *Sheresheva M., Kopiski J.* The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market // *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. — 2016. — Vol. 8. — № 3. — P. 260–272.
27. *Wang Y., Fesenmaier D.* Collaborative destination marketing: A case study of Elkhart County, Indiana // *Tourism Management*. — 2007. — Vol. 28. — № 3. — P. 863–875.
28. *Zenker S., Jacobsen B.P.* (eds.). *Inter-regional place branding: Best practices, challenges and solutions*. Springer; 2015.

ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Е. П. Вигушина,
МГУ имени М. В. Ломоносова*

Основной целью развития социального туризма является повышение качества жизни социально незащищенных категорий граждан, численность которых в последние годы существенно выросла в связи с продолжающимся экономическим кризисом, усиленным взаимными санкциями между РФ и странами Запада, и значительным повышением уровня инфляции в стране, обусловившей достаточно сильное падение реальных денежных доходов населения. Данные Федеральной службы государственной статистики наглядно свидетельствуют о произошедших изменениях в платежеспособном спросе российских граждан на туристские услуги. В результате влияния как внешних, так и внутренних факторов по итогам I квартала 2015 г. число граждан РФ с доходами ниже величины прожиточного минимума достигло 22,9 млн человек [4]. То есть каждый седьмой житель страны находится за чертой бедности и имеет ограниченные финансовые возможности. Снижение покупательной способности населения коснулось более 90% российских граждан [2, с. 14].

Федеральным законом «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» социальный туризм отнесен к приоритетным направлениям государственного регулирования туристской деятельности, поскольку он способствует повышению доступности туристских услуг и создает условия для отдыха и оздоровления малообеспеченным категориям населения: пенсионерам, инвалидам, многодетным семьям, молодежи [10].

Таким образом, важнейшей задачей социального туризма в настоящее время является организация доступных поездок на отдых с целью оздоровления или путешествий для социально незащищенных слоев населения и людей с ограниченными возможностями, создание для них безбарьерной среды. Несмотря на важность поставленных задач, в 2014 г. услугами социального туризма смогли воспользоваться только 5% малоимущих граждан страны [2, с. 44], что не может оказать существенного влияния на решение проблемы в целом. Не случайно

в «Стратегии развития туризма в РФ на период до 2020 г.» в разделе «Реализация и усиление социальной роли туризма» перед российскими регионами поставлены дополнительные задачи по развитию социального туризма [9].

Необходимо отметить, что в бюджете РФ на 2014–2016 гг. порядка трети расходующихся государственных средств было выделено на осуществление социальных программ (2014 г. — 33,6%, 2015 г. — 35,1%, 2016 г. — 34,4%), не считая расходов на развитие здравоохранения, физкультуры и спорта [5]. Значительные средства на развитие социальных программ были заложены и в региональные бюджеты. Например, в Москве в 2012–2016 гг. из городского бюджета выделено 1,2 млрд руб. на реализацию программ социального туризма. Поэтому, на наш взгляд, необходимо акцентировать внимание исполнительных органов власти субъектов РФ на недостаточное внимание, уделяемое развитию социального туризма в ряде регионов.

В 2014 г. 85% всех субъектов РФ принимали участие в реализации различных видов туристских программ. Из общей структуры туристских программ:

- 8% приходилось на программы социального туризма;
- 14% — на культурно-познавательный туризм;
- 22% — на военно-патриотический;
- 23% — на экологический и сельский;
- 33% — на этнокультурный туризм [3].

Как видим, в общей структуре туристских программ имеется достаточно сильное смещение в сторону этнокультурного туризма, на долю которого приходится 33% всех реализованных на территории РФ туристских программ. И очень незначительная доля приходится на развитие социального туризма в регионах, осуществление которого способствует улучшению качества жизни российских граждан с ограниченным уровнем доходов, что в настоящее время делает его особенно необходимым. Для сравнения: в 1989 г. около 89% общего объема туристских услуг субсидировалось государством из средств, предоставляемых на социальные нужды, а также профсоюзами, предприятиями и организациями [1, с. 120–125].

Анализ современного состояния социального туризма в регионах России позволяет говорить о необходимости принятия серьезных мер, способствующих его дальнейшему развитию и совершенствованию. Наиболее важными, на наш взгляд, являются:

- разработка и реализация законодательных инициатив, направленных на более эффективное развитие социального туризма в РФ;
- преодоление низкой инвестиционной активности индустрии туризма (в том числе социального туризма), развитие механизмов

- государственно-частного, муниципально-частного партнерства и других форм привлечения частных инвестиций;
- более активная работа по созданию новых туристских кластеров в регионах РФ с учетом развития социального туризма;
 - оптимизация сочетания бюджетного и внебюджетного финансирования социального туризма;
 - активное использование имеющихся финансовых и налоговых механизмов для поощрения работодателей, являющихся спонсорами социальных туристских программ, или компенсирующих работникам с ограниченным уровнем доходов часть затрат на туристские услуги;
 - развитие и обновление туристской инфраструктуры (социальной, транспортной, инженерной и информационной);
 - сохранение и продвижение курортной отрасли в качестве основы для дальнейшего развития социального туризма. Более активное использование уникальных возможностей ряда российских регионов, позволяющих даже в период низкого сезона проводить оздоровление граждан с помощью уникальных природных и лечебных факторов;
 - организация межрегионального и межведомственного взаимодействия в целях развития системы социального туризма;
 - подготовка и повышение квалификации специалистов для работы в системе социального туризма, способных работать как с молодежью, так и с пенсионерами, инвалидами, другими льготными категориями граждан;
 - устранение несоответствия между потребностями регионов в профессиональных кадрах для туристской отрасли и количеством выпускаемых специалистов из региональных высших учебных заведений;
 - создание доступной среды и информационного обеспечения социального туризма;
 - создание реестра туристских возможностей субъектов РФ;
 - создание стандартов и методических материалов по формированию туристских продуктов, ориентированных на социально незащищенных граждан;
 - контроль качества и соответствия предоставляемых услуг населению;
 - повышение мер безопасности социального туризма;
 - продвижение социального туризма и туристских продуктов в регионах, в том числе с помощью социальной рекламы, с опорой на возможности информационно-коммуникационных технологий в online-пространстве.

Как свидетельствует практика, развитие социального туризма оказывает содействие региональным экономическим системам в преодолении негативного воздействия сезонности туристской индустрии, позволяет гарантировать постоянную работу профессиональным туристским организациям в низкий сезон и в период межсезонья для сохранения экономической стабильности и обеспечения заполняемости инфраструктуры гостеприимства.

Большая работа в этом направлении проводится в Москве, Санкт-Петербурге, Краснодарском и Ставропольском краях, Астраханской, Владимирской и Ростовской областях. Отдельно необходимо отметить положительный опыт Республики Башкортостан, в которой программа развития социального туризма реализуется с 2011 г. Например, в 2011–2012 гг. бюджетом республики выделялись субсидии, покрывающие до 70% стоимости туров социальным туристам. Общий объем финансирования программы из республиканского бюджета и внебюджетных источников с 2012 по 2016 г. составил более 500 млн руб. [7].

В последнее время в нашей стране особую актуальность приобрела проблема интеграции в социальную среду людей с ограниченными возможностями. В связи с ратификацией Российской Федерацией Конвенции ООН «О правах инвалидов» и включением практических действий по ее реализации в Государственную программу «Доступная среда» на региональном уровне была разработана комплексная долгосрочная целевая программа «Доступная среда» на 2011–2015 гг.

В соответствии с данной программой развитие социального туризма в российских регионах получило дополнительный импульс, поскольку туризм является одним из эффективных методов социальной, психологической и физической реабилитации инвалидов. В целом ряде регионов начали действовать проекты для людей с ограниченными возможностями по созданию безбарьерной среды. Одним из примеров является Сибирский федеральный округ: в Бурятии обустроена экологическая тропа в рамках Байкальского биосферного заповедника, в Иркутской области создан проект «Доступный Байкал» для формирования комфортных условий для отдыха и занятий спортом у людей с ограниченными возможностями. Алтайский край в рамках краевой программы «Доступная среда» разработал и реализовал пилотный проект особых туристских маршрутов для людей с ограниченными возможностями с организацией специальных мест размещения и отдыха для инвалидов.

Подобные мероприятия, предусматривающие внедрение безбарьерной среды, были разработаны также на территории Дальневосточного федерального округа (Камчатский край) с обустройством сезонного туристского центра «Халактырский пляж», в Северо-Западном феде-

ральном округе (Калининградская область) — программа «Доступный пляж», в Центральном федеральном округе (Тверская область) — разработка специального велосипедного маршрута и др.

К социально значимым видам туризма в регионах России можно отнести и детский туризм. Для обеспечения процесса согласования действий между федеральными и региональными органами исполнительной власти, общественными, научными и другими организациями по развитию детского туризма был создан Координационный совет [6]. В состав федеральной программы по развитию детского туризма на 2014 г. было включено 13 субъектов РФ. В ряде регионов были составлены реестры детских туристских маршрутов (в Хакасии, Курганской области и др.) и созданы региональные координационные советы по развитию детского туризма (в Татарстане, Калмыкии, Адыгее, Дагестане, Астраханской области и др.) [2, с. 43].

Остановимся теперь на основных проблемах и сдерживающих факторах в развитии социального туризма.

Среди наиболее сложных проблем развития системы социального туризма в РФ следует назвать ограниченные финансовые возможности регионов, а также проблемы межведомственного взаимодействия. Вопросы формирования системы социального туризма относятся не только к сфере влияния Министерства культуры, Ростуризма, но и затрагивают сферу экономики и финансов, систему налогообложения, транспорта, связи, строительства, здравоохранения и других отраслей. Это еще и взаимодействие различных уровней власти: федеральных, региональных и муниципальных структур, т.е. достаточно сложный процесс, требующий объединения усилий всех заинтересованных сторон.

К основным сдерживающим факторам развития социального туризма, как и всей туристской отрасли в РФ, следует отнести также неразвитость инфраструктурного сектора и высокую стоимость транспортных расходов. В настоящее время доля транспортных услуг в общей стоимости туристского пакета иногда достигает 70%. В целях обеспечения доступности перелетов для граждан в 2014 г. была принята и реализовывалась государственная программа субсидирования 50% стоимости авиационных пассажирских перевозок по разным направлениям. Например, субсидирование перелетов в г. Симферополь за счет средств федерального бюджета позволило осуществить перевозки граждан по 34 направлениям [2, с. 17].

В соответствии с Федеральной целевой программой по развитию транспортной системы России в 2010–2020 гг. и для решения задач по повышению доступности услуг железнодорожного транспорта в 2014 г. была утверждена подпрограмма «Магистральный железнодорожный транспорт». На ее реализацию из федерального бюджета были выделены средства для софинансирования перевозок пасса-

жиров в Калининградскую область и обратно. Средства были выделены также на оказание субсидий при перевозке пассажиров дальнего следования в плацкартных и общих вагонах, в том числе для учащихся старше 10 лет. Всего для поддержки развития детского туризма было сформировано 45 детских поездов по 30 различным направлениям. Принятые меры являются одним из механизмов повышения доступности отдыха социально незащищенным группам населения [2, с. 18–19].

В настоящее время для ускорения процесса разработки и формирования нормативно-правовой базы развития социального туризма в РФ в Госдуму внесены два законопроекта, вносящих изменения в Налоговый кодекс РФ. Первый — по предоставлению работодателям права для отнесения на себестоимость продукции затрат на приобретение путевок своим работникам и членам их семей для отдыха в РФ. Второй — по предоставлению прав гражданам на получение налогового вычета в размере 13% от стоимости приобретенных путевок. Данная инициатива направлена на внедрение социальной составляющей в туристскую, санаторно-курортную деятельность и развитие туризма в целом.

Для координации деятельности по разработке в регионах РФ единых требований к маршрутам социального туризма и согласования программ между регионами в 2015 г. была создана Ассоциация развития социального туризма (АРСТ). Были подписаны соглашения между АРСТ и субъектами РФ о намерениях совместного сотрудничества в сфере социального туризма. В рамках данных соглашений была проведена оценка «Социальных туристских паспортов», присланных из 26 российских регионов, на основании которой был подготовлен перечень маршрутов с целью создания необходимых условий для развития социального туризма в субъектах РФ.

В настоящее время в АРСТ действуют два социальных проекта: социально-образовательный туризм «Уроки в городах России» и «Туризм в интересах старшего поколения». Целью первого проекта является создание системы непрерывного образования в условиях развития программ внутреннего туризма на территории РФ. Реализация проекта позволит сделать образовательный процесс более разнообразным с помощью организации путешествий по родному краю. В работе проекта участвуют два региона: Москва и Московская область.

Второй проект — «Туризм в интересах старшего поколения» является комплексом путешествий и экскурсионных программ для людей пожилого возраста с целью создания в стране оптимальных условий для реализации системы социального туризма, способного привлечь как можно больше граждан РФ. Программы направлены на укрепление здоровья населения, повышение их умственной и физической актив-

ности, популяризацию здорового образа жизни и формирование знаний о культурном наследии нашей страны. Реализация данных проектов позволит улучшить межрегиональный обмен и межведомственное взаимодействие в рамках решения общих задач, а также будет способствовать стимулированию сотрудничества по совместному продвижению проекта заинтересованными регионами.

Необходимо отметить, что во многих странах мира успешно реализуются различные инициативы, направленные на развитие социального и оздоровительного туризма. Целью развития данных направлений является предоставление возможностей наибольшему числу людей с ограниченным уровнем доходов организовывать отпуск внутри своей страны или за ее пределами и восстанавливать свое здоровье и трудоспособность с минимальным уровнем затрат.

Положительным примером опыта стран Евросоюза по линии социального туризма является программа eCalypso, одним из учредителей которой выступает Международная организация социального туризма. Целью данной программы является предоставление возможности малообеспеченным людям оплачивать путешествия по низким ценам за счет организации поездок вне высокого сезона, в период межсезонья. Программа охватывает людей пожилого возраста, представителей молодежи в возрасте от 18 до 30 лет, семьи с ограниченным уровнем дохода и инвалидов.

Заслуживают внимания примеры развития социального туризма во Франции и Швейцарии. Здесь используется специальный механизм реализации прав на отдых с помощью так называемых «отпускных чеков», выпускаемых уполномоченными органами в форме банковских билетов разного достоинства, которые затем продаются предприятиям, профсоюзным комитетам, пенсионным фондам и другим организациям. Указанные чеки распределяются работникам или другим застрахованным лицам на основании платного договора с предоставлением определенных льгот.

Федеральным агентством по туризму совместно с Центральным советом по туризму и Российской международной академией туризма (РМАТ)¹ была разработана программа стимулирования внутреннего социального туризма «Отдых» на основе использования практического опыта европейских стран по развитию социального туризма с применением мотивационной системы для работодателей и бизнес-структур, дотирующих отдых своих сотрудников. По мнению экспертов, данная программа могла бы быть апробирована в пилотном проекте в одном или нескольких субъектах РФ с хорошим санаторно-курортным и туристским потенциалом [8, с. 20].

¹ РМАТ входит в состав Международной организации социального туризма от РФ.

В настоящее время в России намечена реализация официальной программы по развитию социального туризма «Отпуск по обмену», в рамках которой семьи из разных городов с ограниченными финансовыми возможностями смогут обмениваться друг с другом жильем на время отпуска. Такой вид туризма за рубежом достаточно развит и используется в интересах социально незащищенных слоев населения, что дает возможность в полной мере реализовывать их право на отдых, поскольку экономия на проживании во время отпуска является достаточно существенной. Инициаторами данного проекта осуществляется проверка всех участников программы для гарантии надежности и порядочности принимающей стороны. Приоритетом участия пользуются многодетные семьи и семьи с детьми-инвалидами.

В целом можно заключить, что создание социально ориентированного туризма позволяет привлечь в его сферу социально незащищенные слои населения, способствует притоку дополнительных инвестиций в региональную инфраструктуру туризма, формированию новых рабочих мест, наполнению местных и региональных бюджетов, что оказывает содействие социально-экономическому развитию регионов, одним из главных факторов которого является воспроизводство человеческого потенциала. Развитие социального туризма способствует данному процессу, повышая качество жизни миллионам людей с ограниченным уровнем доходов по всей стране. Приведенные выше примеры зарубежного опыта развития социального туризма вполне могут быть использованы и в условиях российской экономики. При этом необходимо учитывать, что современные системы социального туризма опираются на тесную взаимосвязь рыночных и государственных элементов регулирования.

Ситуация в России пока характеризуется неоднозначностью. С одной стороны, социальный туризм достаточно активно развивается примерно в половине регионов РФ. Опыт Москвы, Республики Башкортостан, Алтайского, Краснодарского краев и других субъектов РФ свидетельствует об активной деятельности по социальной поддержке малоимущих слоев населения РФ. С другой стороны, четко отлаженной системы развития социального туризма в РФ не существует. Нормативно-правовая база содержит лишь отдельные правовые нормы, регулирующие отношения в данной области, а процесс формирования комплексного правового обеспечения еще не завершен. На федеральном уровне отсутствует четко работающий механизм оказания льготных туристских услуг социально незащищенным категориям граждан. Тем не менее принятие в последнее время ряда нормативных документов, нацеленных на развитие и поддержку социального туризма в нашей стране, является важным импульсом для завершения процесса по созданию законодательной базы социального туризма.

Литература

1. *Андреева Е. Б.* Социальный туризм в современной России: проблемы и перспективы развития // Вестник Саратовского государственного технического университета. — 2006. — № 2 (13). — Вып. 2. — С. 120–125.
2. Государственный доклад о состоянии и развитии туризма в Российской Федерации в 2014 году. — М.: Министерство культуры Российской Федерации, 2015.
3. Данные мониторинга реализации «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года».
4. Данные Федеральной службы государственной статистики. 2015. URL: <http://www.gks.ru/>
5. Основные направления бюджетной политики на 2015 год и на плановый период 2016–2017 годов. URL: minfin.ru
6. Постановление Правительства РФ от 4 ноября 2014 г. № 1163 «О Координационном совете по развитию детского туризма в Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ от 17 ноября 2014 г. — № 46. — Ст. 6360.
7. Развиваем социальный туризм. Круглый стол в Московской торгово-промышленной палате. Информационный центр Правительства Москвы. 28 февраля 2014 г.
8. Социальный туризм как инструмент повышения качества жизни населения и потенциал социально-экономического развития регионов Российской Федерации: Сборник статей и материалов заочной всероссийской научно-практической конференции / Под ред. О.А. Копцевой. — М: ООО «ПКЦ Альтекс», 2015.
9. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 31 мая 2014 г. № 941-р.
10. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 2 марта 2016 г.).

РОССИЙСКАЯ МОДЕЛЬ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Т. Д. Баснина,

К.Э.Н.,

МГУ имени М. В. Ломоносова

Лечебно-оздоровительный туризм (ЛОТ) является одним из видов современного туризма, получивших в настоящее время широкое развитие в мировой практике. Ежегодный прирост мировых инвестиций в ЛОТ составляет около 30%. По прогнозу Всемирной организации здравоохранения, к 2022 г. он станет одной из определяющих мировых отраслей.

По поводу трактовки понятия ЛОТ существует достаточно большое разнообразие мнений [19]. Его определяют как лечебный [2; 4], лечебно-оздоровительный [3; 11; 12], спортивно-оздоровительный [5; 18], рекреационный [6], реабилитационный туризм. Ключевым моментом в этом понятии выступает «мотив поездки», предполагающий добровольность, свободу и осознанность ее выбора, а именно: места приобретения лечебного тура, расположения курорта, формы оплаты, состава, сроков и продолжительности курортных программ. На обязательность этих факторов указывается в исследованиях А. М. Ветитнева [3; 4].

Современные условия жизни — ускорение НТП, усиление процессов урбанизации, ухудшение экологической обстановки — приводят к высокому уровню жизненных рисков, синдрому хронической усталости, социальной неопределенности и другим негативным факторам, влияющим на здоровье человека. Специалисты доказывают, что на его качество решающее влияние оказывает именно образ жизни [7].

В то же время на фоне этих факторов происходит активизация самосознания людей. Возникает чувство ответственности за собственное социальное и физическое здоровье, за выбор решения по поводу его восстановления и поддержания. Постепенно современный человек приходит в отношении своего существования к философии *веллнесс-концепции* [20], суть которой заключается в «предупредительном подходе» к состоянию здоровья. Согласно этой концепции, человек идентифицирует возникающую проблему до ее развития и по возможности устраняет ее, используя специальные оздоровительные технологии,

которые позволяют совмещать отдых с лечением, что особенно важно в условиях дефицита свободного времени.

Такой подход предъявляет специфические требования к туристическому продукту. Программы оздоровительных туров строятся таким образом, чтобы приблизительно половина времени уделялось на лечебно-оздоровительные процедуры, при этом нужен такой баланс других составляющих продукта, который позволяет наиболее успешно удовлетворить нужды и запросы клиентов во время оздоровительного отдыха.

Судить о развитии ЛОТ в России сейчас можно лишь на основании экспертных оценок. По данным А. М. Ветитнева, ежегодно с лечебно-оздоровительными целями путешествует около 8 млн россиян. В оценках независимого эксперта Н. В. Маньшиной, российский потребитель услуг ЛОТ в 2013 г. был представлен на 300 курортах из 35 стран мира [8]. В настоящее время, по результатам проводимых опросов, на долю ЛОТ приходится 12–20% объема российского турпотока. Точная оценка этого рынка недоступна, поскольку нет официальной статистики, что мешает его объективной оценке как внутри страны, так и на международном уровне.

В соответствии с мировой типологией в ЛОТ выделяют категории въездного, выездного и внутреннего туризма. По своим целям они включают медицинский (клинический и курортный) и веллнесс-туризм. По данным ВТО, сбалансированное устойчивое и экономически выгодное развитие туризма характеризуется соотношением 1:1:4. В мировой практике внутренний оздоровительный туризм доминирует над выездным потоком (84% поездок, в Европе — 77%). Россияне до недавнего времени были ориентированы на выездной ЛОТ: в 2012 г. на 12 тыс. въездных приходилось 2,5 млн выездных (анализ Global Wellness Institute) и 4,5 млн внутренних туристов [8]. То есть соответствующая пропорция составляла 0:1:1,8. При этом вывоз капитала на эти цели в 2012 г., по оценкам А. М. Ветитнева, составил 3,3 млрд долл.

Въездной ЛОТ в России составляет лишь очень незначительную часть всего турпотока. Официальная статистика по количеству иностранцев, приезжающих на лечение в Россию, отсутствует. Однако, по всем оценкам, въездной ЛОТ в России составляет лишь очень незначительную часть всего турпотока. Так, по данным НП «Санкуртур»¹ (информационный ресурс о лечебно-оздоровительном туризме в РФ), в российских санаториях отдыхают всего от 15 до 20 тыс. иностранных гостей в год [14]. Между тем развитие этого вида ЛОТ для России весьма выгодно.

¹ Информационный ресурс о лечебно-оздоровительном туризме в РФ.

Основными сдерживающими причинами, препятствующими его развитию, являются общие для российского въездного туризма проблемы: визовый бюрократизм при оформлении въездных документов, неуверенность в безопасности пребывания, неразвитая инфраструктура отдыха, невысокое качество и состав предлагаемых услуг.

Положительный тренд последних лет — это появление туристов из стран СНГ: например, порядка 10% в Кавминводах и Белокурахе из Азербайджана, Казахстана. Ежегодный прирост туристического потока из этих республик составляет 50–60% [17]. К технологическим инновациям можно отнести формирующуюся практику применения группового безвизового обмена (Крым, Сочи, Анапа, Кавминводы).

На фоне падения внешнего рынка оздоровительных услуг поток внутренних продаж в 2015 г. вырос на 30%. Рост числа желающих проводить отдых в России объясняется целым рядом факторов: падением реальных доходов населения, снижением реальной зарплаты, резким ростом расходов на услуги зарубежного туризма в связи с падением рубля¹, обострением международной обстановки (снижение безопасности полетов и пребывания в целом ряде стран в связи с актами терроризма). Отмечаются падение объемов продаж на выездном рынке (до 50% на некоторых направлениях), отказ от потребления необязательных услуг выездного туризма в пользу услуг первой необходимости. Например, израильская компания медицинского сопровождения LuxMedical отмечает изменение в подходах к лечению. Резко упал спрос на профилактические программы диагностики, уменьшилось число VIP-пациентов, в программах лечения отдыхающие выбирают только самое необходимое [15].

В связи с ростом внутреннего рынка ЛОТ возникает правомерный вопрос, во-первых, о реальных возможностях действующей российской системы оздоровительного отдыха справиться с увеличивающимся спросом, во-вторых, о путях и проблемах его дальнейшего развития.

Очевидно, что российский рынок ЛОТ следует развивать по линии внутреннего и въездного туризма. Именно здесь складывается основной экономический эффект от туристической деятельности. Прежде всего в России остаются огромные деньги, вывозимые туристами за границу. Кроме того, развитие внутренней туристической индустрии увеличивает местный и республиканский бюджеты; способствует созданию новых рабочих мест; развивает все отрасли, связанные с производством туристических услуг; развивает социальную и производственную инфраструктуру в туристических центрах; активизирует деятельность центров народных про-

¹ В 2015 г., по данным Росстата, услуги зарубежного туризма подорожали на 36,8%. Цены на поездки за границу по сравнению с декабрем 2014 г. выросли на 19,8% (в декабре 2014 г. по сравнению с декабрем 2013 г. — 41,1%) [16].

мыслов и развитие культуры; обеспечивает рост уровня жизни населения; увеличивает валютные поступления [13].

Россия обладает серьезными конкурентными преимуществами для развития ЛОТ как сочетания оздоровления и отдыха. Во-первых, у нас имеются огромные территории государственных природных заповедников и национальных парков, предоставляющие возможности для отдыха и туризма. Во-вторых, серьезный потенциал известных во всем мире отечественных курортов и российский санаторно-курортный комплекс (СКК) с его уникальными лечебно-рекреационными ресурсами и лечебно-оздоровительными методиками. Однако он основательно разрушен за годы рыночного хозяйствования.

Главным препятствием для конкурентоспособности отечественного рынка ЛОТ является уровень российского сервиса, уступающего по своим характеристикам зарубежному обслуживанию. Поэтому одна из главных целей нашего государства, которое объявлено социальным, — опираясь на имеющуюся базу природных и медицинских ресурсов, создать современную индустрию ЛОТ (совокупность средств размещения; климатических средств, объектов питания, лечебно-оздоровительного и иного назначения). И начинать надо с восстановления СКК на основе развития его лучших традиций и создания условий и услуг, адекватных современным потребностям человека.

Успех развития ЛОТ зависит от восприятия этой сферы на уровне государства и определяется чувством ответственности за сохранение здоровья нации. Здесь имеется в виду, во-первых, создание эффективной модели ЛОТ в составе российской системы туризма, во-вторых, достойное финансирование ее реализации. Пока в перечне расходов на ЛОТ наиболее успешных стран Россия находится в конце списка. Так, в 2013 г. страновые расходы (в млрд долл.) составляли: США — 167,1; Германия — 42,2; Япония — 28,6; Франция — 24,1; Россия — 3,8; Португалия — 3,4; Греция — 3,3; Турция — 3,2 [10].

Необходимость увеличения объемов прямых вложений в объекты инфраструктуры очевидна. При этом в условиях санкций речь может идти только о внутренних источниках инвестиций. В данных обстоятельствах можно обратиться к европейскому опыту, где успех курортной отрасли обеспечивается программами ГЧП. В Германии, Италии, Словакии, Словении, Польше, Чехии законодательно утверждены показания и противопоказания к курортному лечению, финансируемому за счет средств медицинского страхования. Программы полного или частичного финансирования оздоровительного отдыха есть во многих странах, где традиции курортного лечения насчитывают не одно столетие.

В России принята Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–

2018 годы)». Она реализуется на условиях ГЧП (на один бюджетный рубль три внебюджетных). Но программа «буксует»: на 2015–2018 гг. предусмотренные ею объемы бюджетных ассигнований снижены на 19%. Финансовые проблемы в настоящее время и у частных инвесторов.

При принятии решения о модели ЛОТ в составе системы Ростуризма исходили из мировой практики. Но использовать ее следует осторожно, принимая во внимание особенности и традиции российской системы здравоохранения, значительно отличающейся от других стран. Санаторий в России — это особое явление. Его главным конкурентным преимуществом является комплексный подход, при котором можно воспользоваться как отдельными процедурами, так и целым их пакетом, провести необходимое медицинское обследование, недоступное многим на местах в условиях российского здравоохранения. Поэтому санаторий должен остаться главным звеном в системе ЛОТ. Но необходимо определиться с его новым статусом. Как понятие и объект инфраструктуры российский санаторий не имеет аналогов в мировой туристической индустрии. В основе российской системы оздоровления традиционно находилось санаторно-курортное обслуживание, которое ранее было включено в систему «поликлиника—больница—санаторий». Сейчас связь между элементами этой системы нарушена. В постсоветский период СКК был фактически снят с государственного финансирования.

В ходе Сибирского международного форума по оздоровительному и медицинскому туризму, который прошел на базе курорта Белокуриха (Алтайский край) 6–7 сентября 2015 г., замминистра здравоохранения РФ Татьяна Яковлева заявила, что «состояние санкура в России сегодня не выдерживает никакой критики, ему нужны концептуальные изменения» [14].

Разрыв прежней системы «поликлиника—больница—санаторий» привел к утрате традиций долечивания и оздоровления. Новая создается трудно. Сейчас изменения происходят, но они не являются системными. Идет стихийный процесс «вживания» в новую рыночную систему вне четко представляемой концепции создания отрасли ЛОТ на местах. В нем в той или иной степени задействованы различные туристские компании, санатории, турбазы, гостиницы, дома отдыха, пансионаты, расположенные в подходящих регионах для оздоровительного туризма. Их деятельность практически не имеет контактов с медицинскими лечебными учреждениями. Тем самым клиент оздоровительной организации подвергается риску.

Неправильный выбор курорта и санатория — это вред не только для потребителей, но и для всей отрасли лечебно-оздоровительного туризма. Поэтому крайне важно добиться, чтобы потенциальные отдыхающие имели правильные ориентиры при выборе места оздоровления.

Существенно изменить ситуацию пока не удается. Ежегодно в санаториях отдыхает около 4,5 млн человек, а это всего лишь 3% граждан России. Одной из причин низкой востребованности оздоровительного отдыха на российских курортах является недостаточная информированность населения о курортах, санаторно-курортном лечении и его значении для здоровья человека. Опрос руководителей 450 туристических компаний, работающих на рынке лечебно-оздоровительного туризма, показал, что около 70% достаточно состоятельных людей в возрасте 30–45 лет не знакомы с курортным лечением, более 40% пациентов коммерческих медицинских центров ежегодно проводят свой отдых за границей. Они предпочли бы оздоровительный отдых, но не располагают информацией о курортах и возможностях курортной медицины [10]. Информация и реклама лечебно-оздоровительного туризма составляет 1–3% от объема специализированных изданий и экспонентов международных туристских выставок в России, которые нацелены на привлечение российских туристов. Специалисты по методам курортного лечения, которые продолжают работать в стране, также не имеют информации о том, в каком состоянии находится курортная отрасль, какие из санаториев советского времени продолжают работать, а какие уже перепрофилированы или закрыты на реконструкцию.

Курорты стран Европы объединены в национальные курортные ассоциации, имеют интернет-ресурсы, содержащие необходимую информацию о курортах, о проводимом там лечении, о показаниях для лечения на конкретных курортах и о противопоказаниях к курортному лечению. В России достоверной информации крайне мало, ее могут представить только отдельные профессиональные объединения, такие как Ассоциация содействия развитию медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения [9].

В настоящее время современные руководства по курортологии для российских врачей отсутствуют. Уже несколько лет обсуждается проект ведомственного приказа «Об утверждении порядка организации санаторно-курортного лечения». С 2015 г. обсуждается официально. Нет реестра санаториев России, в котором были бы указаны природные факторы и показания к их использованию. Не разработаны руководства для менеджеров туристических компаний. В результате «непрозрачности» проданных услуг растет статистика досрочных выездов, госпитализации после прохождения санаторного курса и негативных откликов о санаториях. Н. В. Маньшина отмечает: «Известны случаи, когда врачи городских медицинских центров отказывались заполнять санаторно-курортную карту, ссылаясь на приказ № 256 Минздрава, где сказано, что карта может быть заполнена только при наличии путевки. Но путевки есть только у тех, кто получает их по линии ФСС,

а клиенты туркомпаний получают ваучеры, обменивая их на путевки уже в санатории» [9].

Введение СКК в систему Ростуризма требует создания новой модели организации, функционирования и управления ЛОТ, связывающей субъектов отношений, — медицинские учреждения, турагентства, санатории. В настоящее время у руководства Ростуризма и российского здравоохранения не сложилось единого мнения по решению проблем ЛОТ. Ситуацию отличает незнание специфики работы друг друга каждой стороной, отсутствие профессиональных кадров нового профиля в сфере оздоровления. Надежда на то, что все произойдет само собой, нереальна. Это серьезная междисциплинарная проблема, требующая совместного изучения на уровне специалистов — медиков, курортологов, социологов, экономистов, управленцев и формирования специалистов нового, более широкого профиля, способных ее правильно ставить и решать.

По нашему мнению, со стороны Ростуризма должен быть сформулирован квалифицированный запрос на организационно-методологическую разработку ЛОТ, показателей качества работы организаций отрасли, его четкую терминологию и типологию в наших условиях, на обоснование экономической эффективности развития его категорий.

Как подчеркивает Т. Яковлева, «сейчас развивается туризм, который не зависит от состояния здоровья жителей данного региона», в то время как задача турбизнеса состоит в том, чтобы «во-первых, сформировать понятие — что такое медицинский туризм — и внести свои предложения для изменения законодательства; во-вторых, заняться рекламой «правильного» туризма» [14]. Турагентства должны проявлять инициативу и сами идти в медицинские учреждения, чтобы узнавать итоги диспансеризации, интересоваться рекомендациями по лечению. Необходимо также осуществить комплекс организационных мер, способствующих увеличению продаж услуг ЛОТ. По мнению экспертов, турфирмам нужно иметь в штате специалистов, которые хорошо знают лечебный продукт и умеют его продавать.

Введение СКК в систему туризма создало в ее составе подсистему «потребитель—санаторий—туроператор». Задача санаторных организаций в этих условиях — сохранить имеющийся потенциал и научиться «правильно» зарабатывать для развития, без ущерба для потребителя. Формирование эффективного продукта в сложившейся ситуации требует прежде всего наведения порядка в собственном хозяйстве.

Вся система ЛОТ требует проведения всеобщей инвентаризации организаций и создания их реестров. Нужны унификация номерного фонда и приведение его к единым стандартам. Большая работа должна быть проведена в плане оказания помощи турагентствам в ознакомле-

нии со спецификой новой работы: в создании онлайн-систем о наличии мест, организации консультационных служб ЛОТ в составе турфирм, разработке «карт продаж» с информацией, где и что лечат, и многое другое. По нашему мнению, заниматься этим должны специальные управляющие организации¹ — операторы управления, объединяющие объекты ЛОТ по определенному признаку в сетевые структуры.

Литература

1. *Баранец Н. Б., Быкова О. Н., Ветитнев А. М.* Лечебно-оздоровительный туризм // Российское предпринимательство. — 2007. — № 11 (ч. I). — С. 107–111.
2. *Ветитнев А. М.* О соотношении понятий «лечебный туризм» и «курортное дело» // Санаторно-курортные организации: менеджмент, маркетинг, экономика, финансы. — 2011. — № 3. — С. 9–12.
3. *Ветитнев А. М., Дзюбина А. В., Торгашева А. А.* Лечебно-оздоровительный туризм: вопросы терминологии и топологии // Вестник СГУТи КД. — 2012. — № 2 (20). — С. 50–56.
4. *Ветитнев А. М., Кусков А. С.* Лечебный туризм. — М.: Форум, 2010.
5. *Иванова Н. В.* Спортивно-оздоровительный туризм: Учеб. пособие. — М.: Дашков и К, 2015.
6. *Комарова О. С.* Факторы и перспективы формирования рынка местного (пригородного) рекреационного туризма в формате SPA // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2015. — № 2.
7. *Лисицын Ю. П., Журавлева Т. В., Хмель А. А.* Из истории изучения влияния образа жизни на здоровье // Проблемы социальной гигиены, здравоохранения и истории медицины. — 2014. — № 2. — С. 39–42.
8. *Маньшина Н. В.* Глобальный рынок медицинского и лечебно-оздоровительного туризма: Материалы 11-й Международной конференции по медицинскому и лечебно-оздоровительному туризму Medical Tourism. Spa & Health (г. Москва, 16 сентября 2015 г.). URL: <https://www.tourismexpo.ru/spa/conference/2015/presentation/nadezhda-manshina.pdf>
9. *Маньшина Н. В.* Государственно-частное партнерство в здравоохранении и его роль в реабилитации в условиях курорта (на примерах курортов Европы). URL: <http://alfakurort.ru/san/520/>
10. *Маньшина Н. В.* Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: статистика и тренды мирового и российского рынка: Материалы 10-й Международной конференции Medical Tourism. SPA & Health. URL: <https://www.tourismexpo.ru/spa/conference/2014/presentation/nadezhda-manshina.pdf>
11. *Мозокина С. Л.* Тенденции развития лечебно-оздоровительного и медицинского туризма // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2014(5 (89)). — С. 42–46.
12. *Оборин М. С.* Социальные и экономические особенности лечебно-оздоровительного туризма региона (на примере Пермского края) // Вестник

¹ По примеру компании-туроператора «Профкурорт», одного из ключевых игроков на российском рынке ЛОТ.

- Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2013. — № 5 (31). — С. 69–74.
13. Перспективы развития лечебно-оздоровительного туризма. URL: <http://refleader.ru/qasujgatyqas.html>
 14. Путешествие за здоровьем // Коммерсант-Воронеж. 11.11.2015. URL: www.kommersant.ru/doc/2851461
 15. Россияне переключились на лечение в родной стране // Ведомости № 3956 от 10.11.2015.
 16. РОССТАТ: услуги зарубежного туризма в 2015 г. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2612039>
 17. Рынку лечебно-оздоровительного туризма нужен профессиональный продавец // Rata News: электронная газета Российского союза туриндустрии. № 3386 от 27.09.2013. URL: http://www.ratanews.ru/news/news_27092013_2.stm
 18. Федотов Ю. Н., Востоков И. Е. Спортивно-оздоровительный туризм / Под ред. Ю. Н. Федотова. — М.: Советский спорт, 2002.
 19. Якунин В. Н. Виды туризма: историография проблемы // Россия — Казахстан: приграничное сотрудничество, музейно-туристический потенциал, проекты и маршруты к событиям мирового уровня: Сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. Вып. 1. Самара, 2016. URL: <https://regrazvitie.ru/wp-content/uploads/2016/02/Yakunin.pdf>
 20. Miller J. W. Wellness: The history and development of a concept. 2014.

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ УРОВНИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

М. С. Оборин,

к.г.н.,

Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова

И. В. Кожушкина,

аспирант,

Сочинский государственный университет

Т. Е. Гварлиани,

д.э.н.,

Сочинский государственный университет

Формирование стратегии санаторно-курортного комплекса (СКК) в современных условиях соответствует целям и задачам национальной безопасности страны [1; 2]. Его актуальность неоднократно отмечалась Президентом России как одно из важных условий повышения качества здоровья и уровня жизни населения. Проблема качества государственного управления санаторно-курортным комплексом является определяющей в его развитии, поскольку целевые и стратегические программы реализуются преимущественно административными методами.

Управление санаторно-курортным комплексом должно базироваться на основных подсистемах: менеджмент и взаимодействие; финансы, кадры, реализация услуг, инфраструктура [3].

Согласно концепции устойчивого развития, базовыми являются три основные составляющие: экономическая, социальная, экологическая [4], которые необходимо учитывать при формировании стратегии экономической стабильности СКК. Санаторно-курортный комплекс может стабильно развиваться при гармоничном сочетании всех направлений, которые могут быть отражены в таких показателях, как финансовая, экономическая, инвестиционная, ресурсная составляющие.

Сложность заключается в том, что среди специалистов нет единства по поводу их приоритетности, по предлагаемым методам оценки, в том числе экспертной: различным параметрам присваиваются весовые категории в зависимости от позиции ученого. Необходимо учитывать временной фактор, в соответствии с которым некоторым параметрам необходимо отдать приоритет в тактической или стратегической

перспективе. Например, финансовый фактор может рассматриваться в качестве тактической цели, кадровый — в качестве стратегической.

Аналогичная ситуация складывается в области ключевых ориентиров стратегии — качества услуг СКК, показателей финансово-экономической деятельности, — когда приоритет зачастую отдается финансово-экономическим показателям и спросу по понятным причинам (получение прибыли).

На наш взгляд, необходимо оценивать влияние факторов, которые должны дать ответ на следующие вопросы:

- являются ли данные отклонения показателей нормальными колебаниями в пределах допустимых норм;
- являются ли данные отклонения свидетельством устойчивой тенденции роста на стадии зарождения, развития, завершения;
- являются ли данные отклонения свидетельством негативной тенденции, являющейся этапом возникновения неустойчивости.

Сущностная характеристика стабильности санаторно-курортного комплекса должна определяться несколькими базовыми параметрами: емкость размещения, территориальные границы, уровень безубыточности.

Емкость размещения является основным показателем, что продиктовано несколькими причинами:

1. Наличие предприятий средств размещения, ориентированных на отдых, лечение, показывает максимально возможное количество группового размещения в санаторно-курортном комплексе (без учета частного размещения); соответственно определен уровень затрат, которые необходимо возмещать, а также осуществлено планирование отдачи от совокупности группы предприятий. Таким образом, заполнение ниже определенной границы не может рассматриваться как благоприятный сценарий развития, не может быть показателем стабильности, поскольку базовый компонент не способен работать в соответствии с теми затратами, которые были выделены.

2. Территориальные границы являются также одним из пределов экономического развития СКК, что влияет на параметры экономической стабильности. В качестве примера можно говорить о том, что, если емкость номерного фонда Имеретинской низменности составляет 15 548 номеров, не приходится говорить об увеличении до 25 тыс. номеров. Исключением являются только государственные программы по развитию, которые могут раздвинуть привычные границы курортных территорий и отрасли, в том числе и СКК, как можно было видеть на примере зимней Олимпиады 2014 г.

3. Ключевым ориентиром является уровень безубыточности отраслевых компонентов, выход за который будет являться кризисным состоянием СКК, поэтому иные ситуации будут рассматриваться как вари-

анты экономической стабильности. Конечно, если говорить о варианте экономической стабильности, то необходимо учитывать ряд показателей и критериев. Но именно безубыточность, приближение к ее границе, свидетельствует о том, что необходимо задействовать механизмы регулирования, которые будут способствовать предотвращению негативных последствий либо их минимизации. Приближение к границе точки безубыточности может свидетельствовать о нескольких ситуациях в СКК:

- недостаточно эффективная финансово-экономическая деятельность на уровне субъектов бизнеса — сочетание количественно-качественного показателя;
- чрезмерное влияние внешних факторов, нивелирующее успешную работу отраслевых предприятий, например, падение спроса — сочетание количественно-качественного показателя.

Целесообразными будут выявление и характеристика критериев неустойчивости:

- убыточность отраслевого компонента или лидирующих предприятий, выходящая за границы показателя существенности;
 - падение спроса;
 - сокращение персонала;
 - сокращение количества койко-мест (средств размещения);
 - снижение количества предприятий в отдельных отраслевых компонентах или в СКК в целом;
 - снижение оборота и прибыли.

Основной механизм регулирования экономической стабильности должен включать:

- сочетание макроэкономических и региональных инструментов управления, к числу основных относятся программы государственного и регионального развития;
- оперативное формирование баз данных по ключевым направлениям, которые в режиме текущего времени позволяют принимать необходимые с точки зрения тактики и стратегии управленческие решения.

Основные показатели, характеризующие стабильность на уровне санаторно-курортного комплекса, должны включать: прибыль и рентабельность; стабильность кадрового состава в границах обычной текучести; коэффициенты использования основных фондов, в большей степени — модернизация и соответствие современным стандартам.

Необходимо учитывать несколько важных аспектов:

- санаторно-курортный комплекс включает несколько отраслевых компонентов, каждый из которых обладает собственной спецификой, уровнем развития, проблемами и преимуществами;

- уровень загрузки должен учитывать возможности диверсификации услуг, переориентации на другие сегменты (другие виды услуг, другие группы потребителей);
- необходимо учитывать уровень безубыточности отраслевого компонента, а также его расхождение с лидирующими показателями по каждому отраслевому компоненту;
- динамика, опережающая или нисходящая, дает сигнал о тенденциях спроса, которые необходимо учитывать для коррекции стратегии. Например, опережающий рост в развлекательном компоненте СКК дает информацию о внесении изменений в базовые продукты, разработке маркетинговой стратегии для другого сегмента потребителей, изменении приоритетов в кадровой и имиджевой политике средств размещения.

Выделим следующие уровни стабильности:

1. *Эталонный*, соответствующий максимальной загрузке с отклонениями в пределах 80% и выше.
2. *Базовый*, соответствующий загрузке в пределах 50% с отклонениями в 10% как допустимыми.
3. *Устойчивого роста*, при показателях, стремящихся от негативного к базовому; от базового к эталонному.
4. *Устойчивого спада*, при показателях, стремящихся от эталонного к базовому; от базового к негативному.
5. *Негативный*, соответствующий уровню загрузки ниже 40%.

Критериями определения уровня экономической стабильности предлагаем считать следующие:

- загрузка номерного фонда основных предприятий санаторно-курортной отрасли — средств размещения, оказывающих оздоровительные услуги;
- безубыточность, определяемая либо по отраслевым компонентам СКК, либо по лидирующим предприятиям, имеющим высокую долю рынка;
- сохранение количества предприятий в различных отраслевых компонентах санаторно-курортного комплекса.

Значительное изменение данных показателей следует рассматривать как переход на качественно новый уровень экономической стабильности либо нестабильности. При этом для того, чтобы проводить адекватную оценку антикризисных механизмов, необходимо иметь в виду динамику развития — устойчивость тех или иных тенденций.

Негативная социально-экономическая ситуация в стране и регионе на фоне сокращающегося количества малых предприятий в различных отраслевых компонентах СКК свидетельствует об устойчивой негативной тенденции. Обратным примером является рост количества средств размещения в различных секторах — государственном, частном, — ко-

торые свидетельствуют о дополнительном предложении на рынке, готовности удовлетворить платежеспособный спрос.

Основными ориентирами должны быть ключевые цели деятельности; поскольку СКК состоит из отдельных отраслевых компонентов, можно выявить, что основными целями деятельности являются в первую очередь извлечение прибыли, затем социальные цели — сохранение квалифицированного персонала, затем — экологические показатели.

Приоритет представляют экономические показатели, поэтому о равновесном уровне свидетельствует сохранение:

- уровня прибыли;
- уровня рентабельности;
- уровня резервирования.

Целесообразно исследование финансово-экономических механизмов для сглаживания колебаний — различные виды заимствований. В качестве основных факторов, являющихся показателями равновесного положения СКК, в первую очередь будут прибыль и рентабельность.

Каждому уровню экономической стабильности присущи основополагающие особенности, по которым можно прогнозировать дальнейшее состояние СКК:

- устойчивость, имеющая направленность на рост или снижение показателей, либо колебания в пределах нормативных значений существенности¹;
- надежность, представляющая показатель бесперебойной работы каждого отраслевого компонента СКК;
- наличие резервов для адаптации к внешним шокам, ориентиром могут быть лидирующие предприятия в каждом отраслевом компоненте СКК.

Рассмотрим на конкретном примере, каким образом будет осуществляться расчет показателей (табл. 1).

Таблица 1

Определение уровней стабильности на примере номерного фонда средств размещения Имеритинской низменности

Гостиница	Номерной фонд	Средняя еженедельная заполняемость	Процент заполняемости
Отель «Имеритинский»	1351	716	53
Radisson Blu Resort & Congress Centre	508	300	59

¹ Под существенностью следует понимать допустимый уровень изменения, равный 10%.

Окончание табл. 1

Гостиница	Номерной фонд	Средняя еженедельная заполняемость	Процент заполняемости
Tulip Inn Omega Sochi	324	49	15,1
Город-отель «Бархатные сезоны»	8794	3781	42,7
Отель «Богатырь»	278	200	72
AZIMUT Hotel Resort & Spa Sochi 3*	2280	1699	59
Radisson Blu Paradise Resort & Spa Sochi	508	406	80
Спорт Инн	50	9	18
Bridge Resort	700	504	72
Делюкс-отель «Русские сезоны»	155	77	55
Итого:	15 548	7741	49

Источник: составлено на основании Справки о состоянии олимпийской инфраструктуры в постолимпийский период с апреля 2014 г. по октябрь 2015 г. // min.kurortkuban.ru

Если анализировать общий показатель заполняемости, можно констатировать, что в данном случае 49% соответствуют базовому параметру стабильности при абстрагировании от иных показателей.

Также необходимо учитывать, что в негативных кризисных условиях для характеристики уровня экономической стабильности, ограничивающего его от нестабильного, примем некоторые допущения: сохранение минимально допустимых пороговых значений является приемлемым. В этом случае модели экономической стабильности могут принимать следующие виды (табл. 2).

Таблица 2

Расширение уровней экономической стабильности

Показатели	Базовый уровень стабильности	Негативный, но приемлемый	Негативный, но приемлемый	Негативный, но приемлемый
Экономические	Нормальная прибыль	На границе зоны безубыточности	На границе зоны безубыточности	Снижение показателей
Социальные	Сохранение показателей	Сохранение показателей	Снижение показателей	Сохранение показателей
Экологические	Сохранение показателей	Снижение показателей	Сохранение показателей	Сохранение показателей

В табл. 2 приведены допустимые уровни экономической стабильности, каждый из которых должен иметь собственный сценарий реагирования для того, чтобы ситуация была подконтрольной. Здесь можно видеть, что в условиях кризиса некоторые параметры могут выходить за границы допустимых, что при условии наличия адекватных механизмов реагирования можно считать вариантами экономической стабильности.

Отметим, что объективной характеристикой каждого уровня экономической стабильности является именно равновесное состояние СКК с небольшими колебаниями, допустимыми в пределах уровня существенности. Если мы имеем нижние границы по всем трем критериям, негативную тенденцию спроса, а также минимальные ресурсы отраслевых компонентов и резкое сужение количества малых предприятий, можно сделать вывод о нестабильном, кризисном положении СКК.

Рассмотрим показатели реализации программ по развитию СКК Краснодарского края (табл. 3).

Таблица 3

Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса в 2015 г.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Количество отдыхающих, млн чел.	10,60	11,1	11,9	11,8	13,753	14,02
Налоговые поступления, млрд руб.	4	3,9	4	4,3	5,6	5,8
Объем услуг, млрд руб.	54,7	58,8	63,8	67,4	87,6	90,3

Источник: min.kurortkuban.ru// Информация о реализации государственной программы Краснодарского края «Развитие санаторно-курортного и туристского комплекса в 2015 году»

Можно видеть существенный прирост показателей по сравнению с 2010 г. — с 29,7 до 31%.

Рассмотрим изменение количества гостей Краснодарского края на примере наиболее популярных курортных городов — Сочи, Туапсе, Анапа, Геленджик (рис. 1).

Лидером является Сочи, как по численности, так и по темпу прироста — по сравнению с 2010 г. рост на 1,1 млн человек, что составляет 150%.

Устойчивый рост показывает предложение СКК (табл. 4).

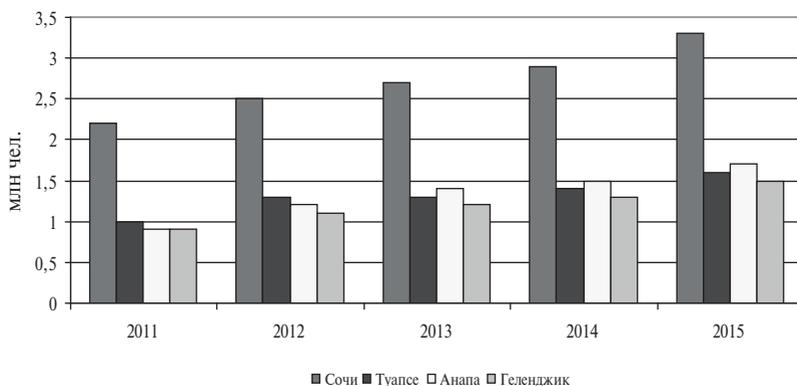


Рис. 1. Динамика численности туристского потока

Таблица 4

Рост предложения в структуре СКК

Средства размещения	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Специализированные, ед.	710	725	750	769	780
Гостиничные предприятия, ед.	153	185	322	340	483
Детские оздоровительные учреждения, ед.	698	710	714	744	840
Индивидуальные, ед.	35 000	58 000	98 000	140 000	200 000

Можно видеть рост показателей к 2015 г., по некоторым позициям — гостиничные предприятия по сравнению с 2010 г. — более чем в 3 раза.

К основным преимуществам стабилизации в периоды 2016–2017 гг. следует отнести:

- программы развития, охватывающие отраслевые компоненты санаторно-курортного комплекса — транспорт, туризм, сертификация средств — не только по постолимпийским объектам, но и курортам — Лаго-Наки, Анапа и т.п.;
- рост показателей социально-экономического развития Краснодарского края, в том числе и санаторно-курортного комплекса;
- прогнозные показатели устойчивого роста притока туристов;
- программы по дальнейшему использованию объектов в постолимпийский период, планирование и участие Сочи в различных спортивных мероприятиях — чемпионат мира по футболу 2018 г., ежегодное проведение этапа «Формулы 1», что способ-

ствует развитию не только социально-экономических, но и маркетинговых показателей.

К наиболее ярким примерам можно отнести Олимпиаду 2014 г., которая изменила представления о существующей экономической стабильности, изменив территориальные границы, уровень загрузки и иные базовые показатели, которые были бы недостижимыми.

Сглаживание факторов сезонности посредством диверсификации услуг, для этого необходим SWOT-анализ и выявление резервов для диверсификации:

- другие виды деятельности;
- другие сегменты потребителей.

На основе системы отслеживания стратегически важных показателей спроса в отрасли:

- направление потребительского спроса в туризме;
- направление и диверсификация государственной политики;
- геополитические и глобальные факторы влияния на СКК в целом и отдельные отраслевые компоненты — направление спроса (как было с Турцией), Олимпиада, санкции.

Роль глобальных факторов становится все более очевидной, поэтому концепция обеспечения стабильности СКК должна иметь несколько сценариев в различных социально-экономических условиях, располагать адекватными ресурсами и механизмами реагирования.

Наиболее слабым параметром является гибкость, отсутствие которой не позволяет на каждом уровне управления действовать быстро и принимать необходимые стратегические и тактические решения. В связи с этим обоснованным представляется концепция управления в сфере СКК и туризма.

Основные стратегии:

- сокращение затрат;
- диверсификация видов деятельности;
- диверсификация рынков сбыта и сегмента клиентов с учетом отраслевых тенденций и возможностей отраслевого компонента;
- учет специфики участия в других видах деятельности (например, транспортный компонент может переключиться в периоды спада на внутренние перевозки, услуги такси и т.п.);
- стратегия программной поддержки, включающая комплекс мер в рамках целевых государственных или региональных программ.

В современных условиях целесообразно оценивать экономическую стабильность СКК как равновесное состояние, которое впервые было предложено в макроэкономических концепциях.

Стратегия экономической стабильности направлена на адаптацию к внешним факторам риска, которые могут вызвать негативные тен-

денции, усилить внутренние слабости. Отраслевые элементы должны в определенной степени также следовать стратегическим ориентирам, отражать ключевые показатели, представляющие основу аналитической базы. Такой подход продиктован не только целесообразностью на уровне региона, но и на уровне каждого субъекта.

По отраслевым компонентам необходимо разрабатывать отдельные аспекты стратегии:

- выявление конкурентных преимуществ;
- выявление специфики деятельности, показателей, которые могут достоверно охарактеризовать состояние отраслевого компонента в той или иной степени — например, степень диверсификации транспортных услуг, влияние на них сезонности.

Таким образом, необходимо наличие трех основных направлений регулирования, каждое из которых должно учитывать централизованное управление и уровень управления субъектов бизнеса.

1. Управление экономическими показателями. На уровне централизованного управления антикризисный механизм должен основываться на стабилизации следующих значимых параметров:

- регулирование спроса — государственные и муниципальные программы, программы фонда социального страхования, способствующие обеспечению загрузки и выводу средств размещения на уровень безубыточности (минимальной убыточности); на уровне субъекта — создание льготных программ по размещению, способствующих привлечению клиентов, бонусы и скидки для оптовых покупателей пакетов услуг в большем объеме, чем в обычных условиях, внедрение нетипичных форм расчетов — рассрочки, кредита и т.п.;
- устранение кассового разрыва — привлечение крупных кредитных финансовых институтов для межсезонного кредитования на взаимовыгодных условиях, выбор нестандартных инструментов обеспечения займов, создание системы; на уровне субъекта — поиск индивидуальных условий кредитования, предоплаты от постоянных клиентов; дифференциация платежей при помощи особых условий или графика погашения, например, если постоянный клиент — крупная компания или туроператор, можно разбить платеж на равные доли в течение года либо несколько удобных для работы периодов; выпуск субъектами бизнеса собственных ценных бумаг, позволяющих получать денежные средства;
- сохранение деятельности субъекта бизнеса в течение длительного времени (круглогодично). На уровне централизованного управления — создание программ по привлечению новых клиентов, например, спортсменов из различных регионов на основе ком-

плексности — единой политики адекватных цен транспортных услуг, услуг размещения и питания, аренды спортивных комплексов и оборудования; на уровне субъектов СКК — разработка новых продуктов, ориентированных для сегментов рынка с учетом специфических потребностей, например, создание упора на недорогое размещение, особые режимы питания;

- сохранение безубыточности. Здесь в большей степени необходим индивидуальный подход каждого субъекта СКК для того, чтобы минимизировать текущие издержки исходя из имеющихся показателей планируемых и фактических затрат; уровня цены, маркетинговых возможностей для привлечения, например, жителей региона для использования инфраструктуры.

2. Управление социальными показателями. На уровне государственного и муниципального управления — создание программ занятости, позволяющих работникам СКК трудоустроиться в межсезонные периоды; на уровне субъектов бизнеса — адаптация рабочего графика и оплаты труда к существующим условиям, например, сокращение рабочей недели до 3–4 дней, создание графика 2 через 2 дня либо пятидневная рабочая неделя до 14-00.

3. Управление экологическими показателями.

Рассмотренные основные факторы влияния на эффективность управления санаторно-курортным комплексом позволяют повысить социально-экономические показатели деятельности; осуществлять прогнозирование ключевых показателей на научной основе, денежных потоков; учитывать особенности деятельности санаторно-курортного комплекса в современных кризисных условиях.

Разработка стратегии экономической стабильности должна учитывать в первую очередь:

- территориальные и социально-экономические пределы, которые могут служить эталонной базовой моделью стабильности;
- определение исходного уровня экономического состояния СКК применительно к трем основным ситуациям перспективной стабильности, краткосрочной стабильности, нестабильности;
- разработка основных показателей, которые будут основной базой отслеживания социально-экономической ситуации и основных тенденций развития для того, чтобы стратегия экономической стабильности могла быть скорректирована;
- дополнение отраслевых показателей финансово-экономическим анализом лидирующих предприятий, что позволит обоснованно сделать выводы о тенденциях, насколько они коснулись отраслевого компонента в целом либо наименее устойчивой части;

- к базовым показателям необходимо отнести границу безубыточности различных отраслевых компонентов в целом либо ведущих предприятий;
- механизмы достижения экономической стабильности, которые могут основываться на реализации комплексных региональных или федеральных программ;
- учет влияния государственной политики и целевых программ развития, которые могут радикально изменить экономическую стабильность;
- совершенствование регулирования частного сектора размещения, который негативно влияет на общую тенденцию цен — демпинг в связи с минимальным налогообложением;
- учет влияния некоммерческих факторов — маркетинга территории, появление известных брендов среди средств размещения.

Литература

1. *Абалкин Л. И.* Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение / Л. И. Абалкин // Вопросы экономики. — 1994. — № 12. — С. 74–76.
2. *Беляев О. О.* Экономическая политика. — Киев, 2010.
3. *Ветитнев А. М., Войнова А. Я.* Организация санаторно-курортной деятельности: Учеб. пособие. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
4. *Мингалева Ж. А., Ужегова К. А.* Особенности реализации партнерских отношений в концепции устойчивого развития регионального уровня: иерархическое взаимодействие // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. — 2016. — № 1. — С. 152–162.
5. *Никитина О. А.* Применение мультипликаторов в системе оценки развития санаторно-курортного комплекса // Современные наукоемкие технологии. — 2006. — № 5.
6. Официальный сайт министерства курортов и туризма Краснодарского края. URL: min.kurortkuban.ru
7. *Юсуфов Р. А.* Финансовый механизм стабилизации и развития экономики региона (На примере Республики Дагестан): Дисс. ... канд. экон. наук. — Махачкала, 2004.

АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

М. С. Оборин,

к.э.н.,

Пермский институт (филиал)

РЭУ им. Г. В. Плеханова

И. В. Кожушкина,

аспирант,

Сочинский государственный университет

Т. Е. Гварлиани,

д.э.н.,

Сочинский государственный университет

Развитие санаторно-курортного комплекса в современных условиях связано с рядом сложностей и противоречий: изношенность материально-организационной базы, высокий уровень затрат, отсутствие стратегии развития на федеральном и региональном уровнях, смещение приоритета основной деятельности в сторону вторичных услуг по размещению, отход от лечения и реабилитации.

Южный федеральный округ, обладая уникальным природно-ресурсным потенциалом, занимает лидирующие позиции в России по уровню развития лечебного туризма и санаторно-курортного комплекса: климатические условия способствуют притоку туристов, ежегодно превышающему 8,5 млн человек, что составляет подавляющую долю от общего количества туристов в РФ; представлены все виды туризма, в том числе лечебно-оздоровительный; благоприятная экологическая обстановка и лечебные природные ресурсы создают предпосылки для устойчивого развития санаторно-курортного комплекса.

Южный федеральный округ образован 13 мая 2000 г. Субъекты округа обладают различным уровнем социально-экономического развития и природным ресурсным потенциалом (табл. 1).

Таблица 1

**Краткая характеристика субъектов,
входящих в Южный федеральный округ***

Субъект Федерации	Плотность (км ²)	Население, чел.	Адм. центр	Курорты и их специализация	Природные лечебные ресурсы
Республика Адыгея	7792	451 480	Майкоп	«Лаго-Наки», спортивно-оздоровительный, реабилитационный, профилактика профзаболеваний	Минеральные воды (Лаго-Наки, река Белая, река Курджипс), соляные пещеры, Майкопский источник минеральной йодисто-бромистой воды
Астраханская область	49 024	1 018 626	Астрахань	Курорт «Тинаки» Культурный, лечебно-оздоровительный, исторический туризм, научный, познавательный туризм	Минеральные и радоновые воды; воды, рапы и грязи озер Баскунчак, Мраморное, Лечебное
Волгоградская область	112 877	2 545 937	Волгоград	«Эльтон», лечебно-оздоровительный, реабилитационный, развлекательный	Соленое озеро Эльтон, Сморгдинский, Ергенинский минеральный источник
Республика Калмыкия	74 731	278 733	Элиста	Курорт «Соленое озеро», деловой, культурно-познавательный, профессионально-ознакомительный, экологический, конный, спортивные виды туризма	Западная и южной части республики: минеральные питьевые, лечебные и лечебно-столовые хлоридно-сульфатные натриевые воды, рапа озера Большое Яшалтинское
Краснодарский край	75 485	5 513 804	Краснодар	Анапа, Сочи, Туапсе, Ейск, Геленджик, Новороссийск, Темрюк, Горячий Ключ, Черноморское побережье. Пляжный, лечебно-оздоровительный, профилактический, экологический, реабилитационный, спортивный, развлекательный, экстремальный	50 горячих источников, в Мостовском, Отрадненском, Апшеронском, Лабинском районах — около 75%. Таманский полуостров — 42 грязевых вулкана, минеральные воды и грязи Джеметинское, Мацестинское, Цибанобалкинское, Шибское месторождения; иловые сероводородные грязи Соленого, Голубицкого и Чембургского озер, лиманные грязи Анапского месторождения
Ростовская область	100 967	4 236 000	Ростов-на-Дону	Основные курортные зоны: Аксайский район, побережье Цимлянского водохранилища, окрестности станицы Вешенской	Повсеместно — минеральные воды и рассолы со специфически активными компонентами (бром, йод, бор, сероводород) и столовые воды. Месторождения лечебных грязей: Садковское, Грузское, Тузловское, Пиленкинское и севернее ст. Казанской на границе с Воронежской областью

* Составлено по [2].

С 2016 г. в состав Южного федерального округа вошли Республика Крым и город федерального значения Севастополь.

Из табл. 1 следует, что субъекты Южного федерального округа обладают значительным природно-ресурсным потенциалом, который исторически предопределил направления развития туризма и инфраструктуры. Природные лечебные ресурсы расположены на всех рассматриваемых территориях, однако уровень развития лечебного туризма и санаторно-курортного комплекса как основы туристско-рекреационной инфраструктуры резко отличается. В связи с этим необходимо проанализировать основные этапы исторического развития лечебно-оздоровительного туризма, сравнить с современным состоянием и проблемами. Доходы от туризма представим по трем направлениям: сегмент коллективных средств размещения, санаторно-курортных организаций и гостиниц. Рассмотрим финансовые результаты по коллективным средствам размещения (табл. 2).

Таблица 2

**Финансовые результаты коллективных средств размещения
по Южному федеральному округу, млн руб.***

Субъект ЮФО	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Астраханская область	-66,34	38,02	228,69	371,97	184,39	504,76
Волгоградская область	-27,44	42,70	37,76	157,82	95,85	171,24
Ростовская область	623,90	761,26	801,68	930,03	808,41	1187,87
Республика Адыгея	30,34	15,90	56,86	100,32	153,17	206,06
Республика Калмыкия	-14,06	6,14	12,51	17,34	14,35	-5,45
Краснодарский край	-3278,34	-2502,05	-1803,51	-5549,11	-27 540,09	-14 006,08
Всего	-2731,96	-1638,00	-665,99	-3971,61	-26 283,90	-11 941,59

* Составлено по [2].

В финансовые показатели не включены Республика Крым и город федерального значения Севастополь, поскольку не сформировалась единая база статистики.

Из табл. 2 следует, что финансово-экономические результаты имеют разнонаправленную динамику — убыток характерен для Краснодарского края, что частично обусловлено резким ростом количества предприятий данного сегмента, остальные субъекты показывают рост. Рассмотренные тенденции свидетельствуют о росте платежеспособного

спроса, достигнут рост вдвое по сравнению в 2010 г. — Ростовская область, в 6 раз — Республика Адыгея, Астраханская область является лидером.

В качестве финансовых показателей рассмотрим прибыль или убыток, рассчитанные как разница между полученным доходом и произведенными расходами, санаторно-курортных организаций по результатам работы за 2010–2015 гг. на территории ЮФО и каждого субъекта, входящего в округ, за исключением Республики Крым, так как она была включена в состав в 2016 г.

Одними из ключевых показателей являются результаты деятельности (прибыль или убыток), качество и динамика показателя за сопоставимые периоды (табл. 3).

Таблица 3

**Финансовые результаты санаторно-курортных организаций
Южного федерального округа, млн руб.***

Субъект ЮФО	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2011 г. / 2010 г.	2015 г. / 2010 г.
Астраханская область	11,68	1,55	12,88	12,55	-30,44	-44,56	13,3	-381,5
Волгоградская область	-97,20	-60,36	-166,93	-49,49	-121,43	-162,86	-62,1	-167,6
Ростовская область	10,62	-67,69	-103,24	-106,63	-56,80	-37,07	-637,4	-349,1
Республика Адыгея	-0,88	-45,26	-53,43	-55,32	-5,27	-3,11	-5143,2	-353,4
Республика Калмыкия	0	0	0	0,30	0,47	-6,08	0,0	-353,4
Краснодарский край	-4002,09	-3990,16	-3803,69	-5655,81	-5057,70	-6005,11	-99,7	-150,0
Всего	-4087,86	-4161,93	-4114,36	-5854,41	-5271,17	-6258,83	-101,8	-153,1

* Составлено по [2].

По субъектам Южного федерального округа наблюдается последовательное увеличение убытка, связанное с несколькими факторами влияния: повышение цен на продукты питания, которые входят в базовый пакет услуг, изношенность материально-производственных фондов, сезонность и неравномерность платежеспособного спроса в течение года. Резкие отрицательные результаты связаны со снижением качества санаторно-курортных услуг, изменением спроса, ориентацией потребителя на высокий уровень комфорта, неразвитость инфраструктуры.

Можно видеть, что финансовый результат как по субъектам ЮФО, так и в целом является отрицательным, при этом Краснодарский край, являясь лидером, формирует весомый вклад в результаты по ЮФО в целом — 96% в 2015 г. (в 2010 г. — 98%). Наибольшую стабильность показателей можно видеть на примере Краснодарского края — увеличение убытка предприятий санаторно-курортного комплекса на 50% за 5 лет; другие субъекты показали более высокие темпы падения — более чем в три раза, за исключением Волгоградской области, динамика которой составила –67% [3].

Таблица 4

**Число коллективных средств размещения
на территории Южного федерального округа, ед.***

Субъект ЮФО	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение, %
Астраханская область	123	117	135	140	172	313	254,5
Волгоградская область	205	233	242	232	238	325	158,54
Ростовская область	386	419	430	439	451	495	128,24
Республика Адыгея	23	31	41	43	38	54	234,78
Республика Калмыкия	14	17	16	21	24	24	171,43
Краснодарский край	1355	1207	1583	1609	1684	2922	215,65
Всего	2106	2024	2447	2484	2607	4133	196,25

* Составлено по [2].

Рост числа коллективных средств размещения по ЮФО наблюдается в два раза, соответственно необходимо учитывать резко растущую емкость рынка, которая оказывает влияние на финансовые результаты по Южному федеральному округу в целом. Можно сделать вывод, что две исследуемые группы объектов санаторно-курортного комплекса имеют схожие тенденции экономической стабильности и предпосылок роста. Во втором случае предпосылки к росту свидетельствуют об оживлении спроса, что позволяет предполагать сходную динамику в сегменте санаторно-курортных услуг.

Таблица 5

**Финансовые показатели гостиниц и иных средств размещения
по ЮФО, млн руб.***

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Изменение, %
Доходы	10 323,4	14 650,8	16 915,5	20 040,8	26 492,5	34 742,8	336,54
Затраты	9665,2	13 219,7	14 620,7	19 240,4	45 655,8	43 507,0	450,14
Прибыль/ убыток	658,2	1431,1	2294,8	800,4	-19163	-8764,2	1331,54

* Составлено по [2].

В целом по Южному федеральному округу до 2014 г. наблюдался положительный рост, по итогу затраты росли более высокими темпами по сравнению с доходом, на конец 2015 г. результаты снизились в 13 раз, образовав убыток, количественно соответствующий практически 25% от доходов и 20% затрат.

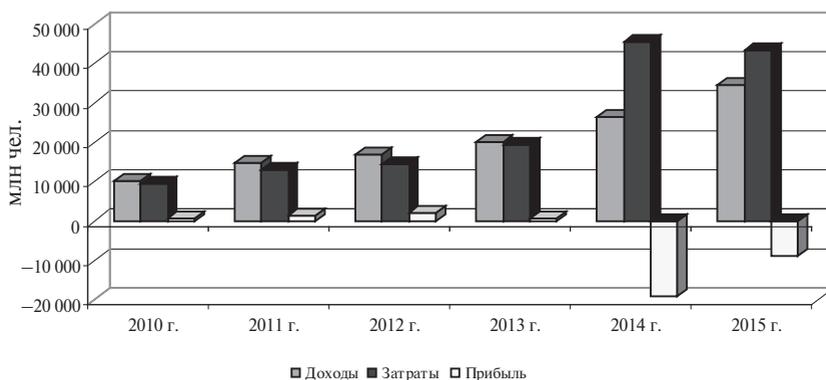


Рис. 1. Динамика финансовых показателей гостиниц и иных средств размещения по ЮФО за 2010–2015 гг.

Аналогичные показатели рассмотрим на примере сегмента гостиниц. Рассмотрим результаты деятельности в сравнении по всем трем направлениям (рис. 2).

Можно сделать вывод, что наиболее прибыльным сегментом является гостиничный, поскольку до 2014 г. финансовые результаты были положительными. В 2014–2015 гг. все три рассмотренных ключевых сегмента индустрии туризма показывают отрицательную итоговую динамику по ряду причин: рост количества предприятий, не показывающих прибыль в первые годы деятельности, повышение себестоимости базовых услуг питания, снижение платежеспособного спроса.



Рис. 2. Сравнительный анализ динамики финансовых показателей средств размещения по ЮФО за 2010–2015 гг.

Выводы. Южный федеральный округ располагает необходимым потенциалом и историческими предпосылками развития лечебно-оздоровительного туризма, однако территориальные различия социально-экономического уровня развития и комплекс сдерживающих факторов говорит о том, что необходима разработка стратегии развития санаторно-курортного комплекса на федеральном уровне. В настоящее время в стратегических документах, которые приняты и действуют, только небольшие разделы посвящены санаторно-курортному комплексу и лечебно-оздоровительному туризму, что является недостаточным.

Являясь лидером по показателям туристско-рекреационного комплекса, Южный федеральный округ показывает вклад в ВРП не более 6%, что существенно отличается от показателей развитых зарубежных территорий и курортов. Потенциал округа является уникальным, однако на фоне нарастания кризисных явлений и низкого уровня муниципального и государственного управления можно наблюдать отрицательную динамику сокращения количества санаторно-курортных организаций и рост сегмента гостиничного бизнеса, поскольку достижение эффективности в данном случае происходит быстрее, уровень затрат ниже.

Для повышения основных финансово-экономических результатов необходимо учитывать такие особенности санаторно-курортного комплекса, как:

- наличие производственных процессов, связанных с оказанием лечебно-оздоровительных услуг;
- более высокий уровень затрат и его влияние на ценовую политику;

- факторы сезонности, которые оказывают влияние на равномерность поступления выручки, возникновение кассовых разрывов;
- инфраструктурные и имиджевые факторы территории;
- зависимость от состояния природных лечебных ресурсов.

Можно отметить, что вклад на уровне бюджетов различных уровней заложен в целевых и стратегических документах, имеющих следующие особенности:

- программы направлены на развитие туризма, санаторно-курортный комплекс входит небольшим блоком либо вообще не входит;
- развитие туризма и санаторно-курортного комплекса взаимосвязано с комплексным развитием региона, рассматривается во взаимосвязи с территориальными проблемами;
- комплексность программ заключается в применении финансовых, налоговых, инвестиционных механизмов, результат выражен в определенных показателях (снижение налогов, создание нормативно-правовой базы для привлечения инвестиций, адресная финансовая поддержка целевых мероприятий, запланированных в рамках каждой программы);
- информационно-аналитическая поддержка программ, которая заключается в работе со средствами массовой информации, создании интернет-порталов, публикации аналитических материалов в печати;
- анализ основных видов рисков;
- по депрессивным территориям заложены более высокие темпы роста отдельных показателей.

Экономический эффект от развития лечебно-оздоровительного туризма является значительным, поскольку затрагивает социально-экономические и экологические показатели, способствует повышению здоровья населения.

Основные средства размещения, как было показано в настоящей статье, являются убыточными по Краснодарскому краю, формирующему базовый вклад в сферу туризма по Южному федеральному округу. При компенсации части убытка, которая представляется возможной при наличии средств государственной поддержки и реализации основных мер, таких как:

- обновление материально-технической базы санаторно-курортного комплекса как основы лечебно-оздоровительного туризма;
- финансирование части расходов за счет средств бюджетов всех уровней, федеральных и региональных программ по развитию туризма;
- повышение качества оздоровительных услуг;
- повышение спроса.

В настоящее время разработаны и утверждены стратегии развития субъектов Южного федерального округа с учетом туризма и санаторно-курортного комплекса, рассчитаны прогнозные показатели до 2020 г.

Тем не менее принимаемых мер недостаточно, так как в принятой стратегии развития до 2020 г. рассматриваемому направлению уделено несколько разделов [4]. Соответственно необходима разработка стратегии развития санаторно-курортного комплекса.

Литература

1. *Ветитнев А. М., Войнова Я. А.* Организация санаторно-курортной деятельности: Учеб. пособие. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014.
2. Единая межведомственная информационно-статистическая система. URL: <http://www.fedstat.ru/indicator/data.do>
3. *Оборин М. С.* Социально-экономическая роль развития санаторно-курортной деятельности в федеральных округах России: основные направления и динамика // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. — 2014. — № 2. — С. 65–74.
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2020 года. Официальный сайт Федерального агентства по туризму. URL: http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2020-goda-332
5. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/>
6. Федеральное управление государственной статистики. Здравоохранение. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/healthcare/

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ АТТРАКТИВНОГО РЕСУРСА МАЛЫХ И МОНОГОРОДОВ

*С. А. Иванова,
МГУ имени М. В. Ломоносова*

Туризм, как динамично развивающийся сектор экономики, является одним из эффективных направлений диверсификации экономики малых и моногородов, которые имеют большой потенциал для развития туризма, обладают огромными ресурсами, поскольку природно-климатическое, географическое, историческое, духовное, архитектурное, национально-этническое и другое разнообразие позволяет развивать туризм в самых разных формах.

Реализация туристического потенциала малых городов может быть точкой роста их экономики и социально-экономического развития, позволит снять остроту ряда социальных проблем, особенно в части создания новых рабочих мест, и может быть стимулом для становления малого и среднего бизнеса, повышения инвестиционной привлекательности этих городов.

Туристические ресурсы наделены свойством, определяющим их туристическую ценность, их привлекательность или аттрактивность. За рубежом наряду с понятием «туристско-рекреационные ресурсы» довольно широко используется термин «туристический аттрактор» (*tourism attractor*)¹. Это понятие касается природных, исторических, культурных и других объектов, характеризующихся наличием специфических свойств, представляющих определенный интерес для туристов и способных удовлетворить их разнообразные потребности [14]. Объекты туристической привлекательности, или аттракторы, составляют основу туризма.

Рассмотрение туристического ресурса с этих позиций позволяет оценивать аттрактивный ресурс муниципальных образований объемнее, включая в целом туристическую и региональную инфраструктуры, объекты туристической привлекательности, межрегиональное взаимо-

¹ В широком смысле «аттрактор» (от англ. *attract* — притягивать, привлекать) используется в различных областях науки и техники. Что касается терминологии исследований по экономике туризма, то более широко используемым является термин *tourism attractions* (прим. ред.).

действие и т.д. Туристические аттракторы, на наш взгляд, следует рассматривать как базовый элемент, вокруг которого формируется система, обеспечивающая реализацию аттрактивного ресурса.

Туристическая привлекательность, с одной стороны, напрямую зависит от разнообразия предложений, что, в свою очередь, формирует объемы туристических потоков, с другой — необходимо наличие ряда других элементов, обеспечивающих функционирование и устойчивость системы в целом.

В процессе разработки стратегии и проектов развития туризма в малых и моногородах на первый план выдвигается задача оценки их туристического ресурса и потенциала. В этой связи следует отметить, что в силу ряда причин существуют определенные проблемы с терминологией, используемой в теории туризма, она имеет нечеткий, расплывчатый характер (прежде всего это связано с тем, что теоретическое и методологическое сопровождение сферы туризма сформировалось относительно недавно).

В России также существует различное понимание ряда терминов, в том числе таких, как «туристический ресурс» и «туристический потенциал». Наибольшее распространение получила трактовка, в соответствии с которой под туристическими ресурсами понимают «природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [9].

Ряд исследователей считает, что понятие «потенциал» является более широким по сравнению с понятием «ресурс», поскольку, по мнению А. В. Дроздова [4], он оценивается системой характеристик в совокупности. Этой же точки зрения придерживается и А. С. Кусков [7, с. 34]. В свою очередь, Е. И. Богданов и ряд других авторов определяют туристско-рекреационные ресурсы как «совокупность природных и созданных человеком объектов, вызывающих интерес и мотивацию к путешествию, готовых для создания турпродукта» [1, с. 24]. Таким образом, мы можем сказать, что и он придерживается практически той же точки зрения, рассматривая туристические ресурсы как основу развития туризма, определяющую его потенциал.

В трактовке шведского исследователя Дж. Криппендорфа [11] туристический потенциал — это возможность территорий создавать конечный турпродукт (комплекс материальных и нематериальных элементов, чтобы обеспечивать удовлетворение потребностей и выгоду туристам, предложенную для потребления) и развивать экономически важный туризм. Однако следует подчеркнуть, что первостепенным, по мнению автора, является именно наличие потенциала, который не обязательно использовать, можно реализовать его в будущем.

Анализ различных подходов показывает, что большинство исследователей сходятся во мнении, что туристический ресурс — это использование или перспектива использования объектов привлекательности в целях туризма, а туристический потенциал — это оценка ресурсов территории как отдельного объекта и как системы в целом.

Вместе с тем необходимо отметить, что методик оценки туристического потенциала чрезвычайно много, причем они отличаются разнообразием подходов в зависимости от выбранных критериев и инструментов оценки [9]. Так, в соответствии с методикой А. В. Дроздова проводится оценка по двум направлениям: оценка природных и культурных ландшафтов, включая территории, ботанические сады и природные парки, а также музеи, исторические объекты и территории, и оценка реализации программ и экскурсий (транспорт, размещение, снаряжение, питание, экскурсоводы и т.д.). При этом оценка осуществления программ проводится исходя из степени экологичности компонентов, в том числе нормы безопасности, нормы использования ресурсов и туристических нагрузок. Оценка проводится с помощью качественных характеристик от «низкий», «очень низкий» до «высокий», «очень высокий», затем эти характеристики переводят в пяти- или семибалльную шкалу. Довольно известна методика Е. Ю. Колбовского [6], который предлагает оценивать туристический потенциал территории по следующим параметрам:

- существование исторических объектов (памятные места, монастыри, места исторических боев и т.д.);
- неповторимость объектов природы (усадыбы, парки, святые источники, водные пути и т.д.);
- места отдыха, сформировавшиеся самостоятельно (реки, озера, пляжи, леса для сбора ягод и грибов и т.д.).

На основании этих данных составляется заключение, в котором отражается информация о видах туристической деятельности и уже действующих объектах, о возможных перспективных направлениях развития туризма, а также о факторах, тормозящих реализацию потенциала.

Заслуживает внимания современный подход, предложенный Е. А. Джанджугазовой [3], в основе которого лежат эффективное управление ресурсами и их количественная оценка, оценка структуры потенциала, возможностей использования ресурсов, степень использования частных потенциалов, систематический учет состояния ресурсов и определение их значения для развития туризма региона. При этом важная роль отводится необходимости формирования туристических и рекреационных кадастров.

Таким образом, анализ показывает, что в настоящее время, несмотря на большое число различных методик оценки туристического потенциала региона, единой методики нет. Следует отметить, что в работах

отечественных исследователей значительное место занимает оценка природной составляющей, в то время как в работах западных ученых акцент сделан на аттрактивность конкретных объектов или комплекса объектов. Особо стоит подчеркнуть, что европейские ученые предметно занимались оценкой туристического потенциала городов. В частности, такая работа проводилась португальскими специалистами [13], и, хотя в их подходе присутствует изолированность оценки городского туристического потенциала от региона, эти методики заслуживают нашего внимания с точки зрения возможности их адаптации применительно к малым и моногородам.

Очевидно, что основой для разработки соответствующих методик оценки как ресурсов, так и потенциала является четкость понятийного аппарата, в противном случае возникают принципиальные различия в содержательном блоке. В результате выстраиваются различные модели и классификации, характеризующиеся разнообразием, но незначительной практической значимостью.

На наш взгляд, проведение оценки туристического потенциала наиболее актуально в случае, когда предстоят освоение и развитие туризма. При этом прежде всего следует учитывать, что аттрактивность играет определяющую роль, она носит субъективный и динамичный характер, обусловленный социально-экономическими, политическими, демографическими, технологическими и другими факторами, которые необходимо принимать во внимание. Соответственно можно использовать различные методики исходя из приоритетности того или другого элемента.

Проведение экспертной оценки всех имеющихся ресурсов является наиболее значимым элементом подготовительной работы по выбору стратегии развития туризма в малых и моногородах. Очевидно, что на этом этапе возрастает роль региональной и федеральной поддержки, и особенно методологического сопровождения, поскольку выбор той или иной методики оценки и ее проведение связано с необходимостью привлечения специалистов. Принимая во внимание особую актуальность этой работы, на наш взгляд, требуется объединение усилий научного сообщества с целью разработки необходимых инструментов оценки туристического потенциала применительно к малым городам и моногородам.

Следующим важным элементом подготовительного этапа является формирование туристического продукта, ориентированного на потребности современного туриста, включая новые программы, отдых с детьми, совмещение различных видов туризма и т.д., поскольку наличие объектов туристической привлекательности не означает, что они являются продуктом, который можно продвигать на рынок. Залогом успеха и активного внимания к городу является формирование имиджа

города, позиционирование его при помощи современных информационных технологий, важная роль в решении этой задачи принадлежит формированию бренда города. В современном мире значительная роль в повышении аттрактивности территории принадлежит информации, использование информационных технологий позволяет с минимальными затратами позиционировать объект с точки зрения его аттрактивности, усиливая степень его привлекательности. Наряду с этим необходимо также принимать во внимание тенденции мирового регионального туризма.

Как известно, в нашей стране реализуется ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Она нацелена не только на удовлетворение потребностей граждан в отдыхе, приобщение к культурным ценностям, но и на повышение занятости, рост инвестиций, развитие малого и среднего бизнеса. В настоящее время в ней принимают участие 55 инвестпроектов в 26 регионах.

Для регионов чрезвычайно важно участие в этой программе, поскольку она является эффективным механизмом поддержки их социально-экономического развития в целом и городов в частности. Соответственно практически во всех субъектах приняты региональные и муниципальные программы (стратегии, концепции) развития и поддержки туризма, в том числе и в малых городах. Анализ этих документов и опыт их реализации показывает, что в муниципальных образованиях малых городов наиболее распространенными факторами, тормозящими развитие туризма, являются:

- отсталая инфраструктура, особенно транспортная;
- слабо развитая сфера услуг, торговли;
- низкий уровень подготовки кадров для туристической сферы, не соответствующий необходимым современным требованиям;
- отсутствие эффективных мер поддержки малого и среднего бизнеса;
- несформированный имидж территорий, природных комплексов;
- отсутствие согласованного взаимодействия местных региональных и федеральных органов власти.

Являясь объектом привлекательности, аттракторы оказывают серьезное влияние на развитие инфраструктуры, причем не только туристической, но и городской. В свою очередь, низкий уровень развития инфраструктуры отрицательно влияет на впечатления о городе. Самой слабой точкой является отсутствие современной инфраструктуры, при этом больше половины малых городов (по оценкам, около 60%) практически не имеют никакой инфраструктуры. Вместе с тем решение инфраструктурных задач в части строительства дорог, инженерных коммуникаций, объектов туристической инфраструктуры не-

возможно силами муниципалитетов, у большинства из них практически нет средств, необходимы федеральная финансовая поддержка и активное участие региональных властей.

Для получения региональной поддержки муниципалитеты должны разработать и предоставить проект (план, стратегию) развития туризма в городе, как правило, этим занимаются представители администрации города, местные предприниматели и представители общественности города. Однако у них практически отсутствуют необходимый опыт и навыки стратегического планирования вообще и туризма в частности, а средств на привлечение специалистов у муниципалитетов нет, в результате возникают проблемы при формировании стратегии и выборе векторов развития. С этими проблемами столкнулись в процессе поддержки и вывода моногородов из кризиса, даже в средних и крупных городах это получалось плохо, а на практике это проявилось в большом количестве продекларированных, но нереализованных проектов.

Несмотря на многочисленные проблемы, некоторые города смогли разработать интересные проекты в рамках реализации региональных программ и попали в орбиту государственной и региональной поддержки, получив возможность реализовать свои планы. В ряде регионов идет формирование туристических рекреационных кластеров, в отдельных городах Вологодской (г. Череповец), Челябинской (г. Сатка), Ивановской (г. Плес) и других областей туризм успешно развивается.

Активно включаются и частные инвесторы, например, г. Тихвин (Ленинградская обл.) (является и малым, и моногородом) в результате совместной работы бизнеса и местной власти превратился в яркий туристический объект. По оценке всероссийского портала путешественников Travel, в 2014 г. город вошел в число самых привлекательных для туристов малых городов России. Туристическая инфраструктура в городе строится на принципах государственно-частного партнерства, проводятся работы по реконструкции и строительству инженерных коммуникаций к туристическим объектам и их благоустройству, это повышает инвестиционную привлекательность, расширяется сеть частных объектов кафе, гостиниц и т.д. Наряду с этим разработаны городской стиль, в том числе логотип города, брендбук, новый дизайн уличных табличек, указателей и стендов, идет работа по формированию имиджа города и продвижению его туристической и инвестиционной привлекательности, что является крайне важным элементом развития туризма.

В то же время значительное число малых и моногородов оказалось в ситуации, когда нужно самим проявить инициативу, предложить оригинальный туристический продукт, найти инвесторов и свою нишу в туристическом бизнесе.

Следует отметить, что для малых и моногородов наиболее перспективными являются виды туризма, не требующие значительных финансовых средств. Причем если малые города могут использовать объекты прилегающих территорий для развития спортивного и сельского туризма, то моногорода помимо прилегающих территорий могут в качестве туристического аттрактора использовать уже закрывшиеся промышленные предприятия и развивать достаточно новую форму — промышленный туризм. В США и Европе этот вид туризма получил широкое распространение [12]. Подобный вид туризма выгодно отличается от других, в нем объединяются исторический, познавательный, событийный элементы, что представляет интерес для туристов разных возрастных категорий. Вместе с тем этот вид туризма может быть реализован только в результате объединения усилий всех уровней власти с туристическими компаниями.

В целом можно заключить, что формирование, открытие, развитие и привлечение различных аттракторов, т.е. максимальное использование аттрактивного потенциала территории, являются основными задачами развития туризма в малых и моногородах. Соответственно чем выше степень разнообразия различных аттракторов, находящихся в туристической дестинации, тем шире возможности для развития туризма. Ключевым направлением формирования и развития туризма в малых и моногородах является сохранение, поиск и развитие аттракторов как опорного элемента для становления и развития туризма в регионе. Объекты туристической привлекательности требуют постоянного внимания с целью их сохранения, для чего следует поддерживать их эксплуатационные свойства, разрабатывать и внедрять новые формы демонстрации достопримечательностей, искать новые параметры применяемых объектов, развивать аттракторы, облагораживать доступность к объектам, разрабатывать программы по созданию новых центров туризма. Решать эту задачу должны региональные и муниципальные органы, ответственные за развитие туризма.

При разработке плана (стратегии) развития туризма в малом городе прежде всего следует исходить из необходимости обеспечения туристических потоков на протяжении длительного времени и учитывать такие факторы, как целевая туристическая аудитория, на которую рассчитан турпродукт; нестандартность предлагаемого проекта; тенденции развития современного туризма¹; транспортная доступность, стоимость проезда, и ряд других.

¹ На современном этапе вектор туристических пристрастий, помимо культурно-познавательного, направлен в сторону развлекательного, событийного и других относительно новых видов туризма.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод, что на данном этапе туризм в малых городах нашей страны, несмотря на наличие значительного туристического ресурса, не получил должного развития. Исключения составляют только те субъекты, где малые города традиционно были объектом туристического интереса. В то же время самостоятельно оценить потенциал и реализовать имеющийся аттрактивный ресурс малые и моногорода не в состоянии, необходима региональная и федеральная поддержка как на программной основе различного уровня, так и на базе использования других инструментов. В этой связи особую актуальность приобретают такие направления, как методологическая и организационная поддержка со стороны государства, региональных властей и научного сообщества, привлечение частного бизнеса в рамках государственно-частного партнерства, особенно с целью инфраструктурных преобразований, формирование сити-имиджа, использование нестандартных форм, методов, финансовых, кадровых и информационных технологий.

Литература

1. *Богданов Е. И., Кострюкова О. Н., Орловская В. П., Фенин П. М.* Планирование на предприятии туризма: Учеб. пособие для вузов. — СПб.: Изд. дом «Бизнес-пресса 2», 2003. — 288 с.
2. *Гуляев В. Г.* Организация туристской деятельности. — М.: Нолидж, 1996. — 320 с.
3. *Джанджугазова Е. А.* Формирование стратегии развития регионального туристско-рекреационного комплекса: Дисс. ... д-ра экон. наук. — М., 2005. — 204 с.
4. *Дроздов А. В.* Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы // Актуальные проблемы туризма-99. Перспективы развития туризма в южном Подмоскowie: Сб. докл. и тез. сообщений научно-практ. конф. 27 апреля 1999 г. — М., 1999. — С. 122–129.
5. *Зырянов А. И., Сафарян А. А.* Рекреация и туризм как этапы развития территории // Региональные исследования. Вып. 1. — Смоленск, 2001.
6. *Колбовский Е. Ю.* Экологический туризм и экология туризма: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. — М.: Академия, 2006.
7. *Кусков А. С., Иванов А. В., Яшков И. А., Ширинкин П. С.* Туристское ресурсоиспользование: Учебник. — М.: Университетская книга, 2011. — С. 34–59.
8. *Прудский В. Т., Бурьлова Л. Г., Голиков О. П.* Туристский потенциал регионов РФ: понятие, структура, оценка. — Пермь, 2005.
9. *Сафарян А. А.* Подходы к оценке туристского потенциала территории // Географический вестник. — 2015. № 1 (32). — С. 89–102.
10. Закон об основах туристской деятельности в Российской Федерации. Федеральный закон от 05.02.2007 г. № 12-ФЗ. Опубликован 9 февраля 2007 г. в РГ — Федеральный выпуск № 4291.
11. *Krippendorf J.* Marketing im Fremdenverkehr. 2. Auflage. Bern; Frankfurt am Main; Las Vegas, 1980.

12. *Otgaar A. H., Van Den Berg L., Feng R. X.* Industrial tourism: opportunities for city and enterprise. Routledge; 2016.
13. *Ribeiro J. C., Vareiro L. C.* The Tourist Potential of the Minho-Lima Region (Portugal). *Visions for Global Tourism Industry // Creating and Sustaining Competitive Strategies.* — 2012. — P. 155–168.
14. *Stoddart M. C., Graham P.* Nature, History, and Culture as Tourism Attractors: The Double Translation of Insider and Outsider Media. *Nature and Culture.* — 2016. — Vol. 11. — № 1. — P. 22–43.

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН РЕГИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ (НА ПРИМЕРЕ ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ)

А. П. Сысов,

к.э.н.,

МГУ имени М. В. Ломоносова

В настоящее время во всех сферах отечественной экономики реализуется широкая программа импортозамещения. Смысл этой программы не в том, чтобы заменить качественные иностранные продукты и услуги российскими вне зависимости от их качества, а в том, чтобы стимулировать создание отечественных продуктов и услуг, которые будут и качественными, и конкурентоспособными [3; 4].

Можно с уверенностью утверждать, что в сфере туризма и гостеприимства, как и в отечественном сельском хозяйстве, задача импортозамещения может быть в основном быстро и успешно решена, поскольку уже сейчас в России есть достаточно интересные турпродукты, чтобы предложить их собственному населению как реальную альтернативу отдыху в зарубежных странах.

Конкурентоспособность отечественной сферы туризма и гостеприимства определяется огромным объемом рынка; неплохо развитой базовой инфраструктурой; доступными, недорогими и при этом весьма квалифицированными трудовыми ресурсами; большим числом уникальных исторических, географических, культурных и оздоровительных мест; а также сложившимся в настоящее время высоким патриотическим настроением населения. Туристический потенциал России включает в себя немало регионов, с которыми связана жизнь и деятельность всемирно известных политиков, писателей, композиторов, художников, ученых, а также большое число театров и музеев.

Как известно, многие годы мир рассматривал Россию в качестве своего рода «донора», поставляющего миллионы туристов в разные страны. Однако сейчас ситуация постепенно меняется. В соответствии с намеченной программой импортозамещения отечественный турбизнес принял на себя значительную часть туристического трафика, который раньше уходил за границу. За сравнительно неболь-

шое время наша страна существенно нарастила свой туристический потенциал, во многих регионах начата большая работа по привлечению инвестиций в развитие сферы туризма и гостеприимства. По данным Ростуризма, тенденция роста внутреннего турпотока на 20–30% сохраняется третий год подряд: в 2013 г. внутри страны путешествовало 29 млн туристов, в 2014 г. — 40 млн, по итогам 2015 г. внутренний турпоток вырос еще на 20% и составил около 50 млн поездок внутри страны [1], в то время как выездной турпоток сократился в 2015 г. более чем на 30%, в 2016 г. — еще на 20% [6]. Это позволяет говорить о том, что, как и во многих развитых туристических странах, внутренний туризм в России может быть вполне конкурентоспособным и рентабельным.

Неплохие результаты в области развития внутреннего туризма достигнуты во многом благодаря высокому патриотизму многих российских граждан, которые в течение двух последних лет предпочли поездкам на известные зарубежные курорты отдых в России. Но, чтобы этот процесс стал устойчивым и более качественным, одного патриотизма мало, нужны еще и крупные инвестиции, которые возможны только в условиях благоприятной институциональной среды [7].

За последние годы принят ряд федеральных и региональных законодательных и нормативных правовых документов, регулирующих предоставление налоговых и организационных преференций юридическим и физическим лицам, осуществляющим инвестирование в сферу внутреннего туризма и гостеприимства. Прежде всего это касается федеральных ОЭЗ туристско-рекреационного типа, туристических кластеров на недавно образованных территориях опережающего социально-экономического развития на Дальнем Востоке и в моногородах.

В данной статье мы рассмотрим существующую практику формирования, развития и деятельности туристско-рекреационных особых экономических зон регионального уровня (ОЭЗРУ) на примере Липецкой области, успешно реализующей этот проект уже более 10 лет. Особо следует подчеркнуть, что Липецкая область является единственным в России регионом, где созданы и успешно работают туристско-рекреационные особые экономические зоны регионального уровня.

Параллельно с федеральными законодательными и нормативно-правовыми актами о функциональных особых экономических зонах России федерального значения в Липецкой области начало активно формироваться институциональное регулирование туристско-рекреационных ОЭЗРУ, создаются правовые основы их деятельности и дальнейшего развития.

Создание и функционирование на территории Липецкой области туристско-рекреационных ОЭЗРУ осуществляется в соответствии с областным Законом от 18 августа 2006 г. № 316 «Об особых экономических

зонах регионального уровня» [2]. В законе под особой экономической зоной регионального уровня понимается территориально обособленный комплекс, в пределах которого созданы благоприятные условия для ведения соответствующей предпринимательской деятельности. Данные зоны создаются в целях: содействия комплексному социально-экономическому развитию области и муниципальных образований; ухода от моноцентричного развития их экономики; ускоренного развития отдельных отраслей и сфер деятельности; улучшения социального и культурного уровня жизни населения и т.д. Помимо ОЭЗ туристско-рекреационного типа на территории области могут создаваться также следующие функциональные типы ОЭЗРУ: промышленно-производственного типа; технико-внедренческого типа; агропромышленного типа.

Отличие региональных ОЭЗ туристско-рекреационного типа от других ОЭЗ регионального уровня состоит в том, что им разрешено располагаться на территориях нескольких муниципальных образований области, при этом границы территории данных зон могут не совпадать с границами населенных пунктов, поселений и (или) муниципальных районов.

Инициаторами создания туристско-рекреационных ОЭЗРУ, как правило, выступают органы местного самоуправления. Заявка на создание данной зоны подается в областную администрацию с обоснованием эффективности и целесообразности ее создания для решения задач регионального и местного значения. В отличие от туристско-рекреационных ОЭЗ федерального значения, срок работы которых установлен в пределах 49 лет, деятельность туристско-рекреационных ОЭЗРУ не ограничивается во времени.

Туристско-рекреационные ОЭЗРУ создаются и прекращают свою деятельность в соответствии с решением администрации области. При этом прекращение существования туристско-рекреационных ОЭЗРУ допускается только в случае, если в течение трех лет подряд на территории зоны ее резидентами (участниками) не ведется деятельность, указанная в качестве основной в акте администрации области о создании зоны.

Управление туристско-рекреационными ОЭЗРУ, как и всеми другими ОЭЗРУ, осуществляют уполномоченные на это исполнительные органы государственной власти области и администрация ОАО «Особые экономические зоны регионального уровня». Контроль реализации инвестиционных проектов в туристско-рекреационных ОЭЗРУ, расходования бюджетных средств, подготовки заключений о целесообразности предоставления им государственной (муниципальной) поддержки, осуществления общих попечительских функций на региональном уровне осуществляет создаваемый для этих целей наблюдательный совет.

Всем резидентам (участникам) туристско-рекреационных ОЭЗРУ предоставляются значительные региональные налоговые льготы и преференции, а также поддержка их инвестиционной деятельности на территории зоны. По сути, для участников туристско-рекреационных ОЭЗРУ в Липецкой области созданы условия, аналогичные условиям деятельности резидентов функциональных туристско-рекреационных ОЭЗ федерального значения, только без федеральных льгот и федерального участия, на которые, впрочем, региональные власти в будущем также надеются.

Необходимо подчеркнуть, что в Липецкой области хорошо организована система сопровождения инвесторов туристско-рекреационных зон в формате «одного окна». Все, что необходимо для оформления документов по размещению бизнеса, строительству (реконструкции) и эксплуатации объектов и т.д., предоставляется им на территории зоны.

На всех резидентов (участников) туристско-рекреационных ОЭЗРУ распространяется действие так называемой «дедушкиной оговорки»: органы государственной власти области гарантируют стабильность налоговых и иных прав резидентов (участников) зоны и обязуются не ухудшать условия их деятельности на протяжении всего срока работы. Юридические и физические лица, намеревающиеся получить статус резидента (участника) зоны, представляют уполномоченному органу по управлению ОЭЗРУ заявку на заключение договора о ведении туристско-рекреационной деятельности с обоснованием основных направлений своей деятельности.

Все предприятия (организации), изъявившие желание стать резидентами (участниками) туристско-рекреационных ОЭЗРУ, включаются в перечень приоритетных инвестиционных проектов области и получают поддержку в решении любых организационных вопросов на региональном и муниципальном уровнях.

Согласно данным на конец 2015 г., в Липецкой области функционировало десять ОЭЗРУ: четыре промышленно-производственного типа; три агропромышленного типа, одна технико-внедренческого типа и две туристско-рекреационного типа.

Образованные в соответствии с постановлением администрации Липецкой области от 29 декабря 2006 г. № 195 [5] ОЭЗРУ туристско-рекреационного типа «Задонщина» (площадью 97 000 га) и «Елец» (площадью 931 га) расположены в признанных центрах отечественной православной культуры: в Задонском муниципальном районе и городском округе г. Елец. Специализацией данных зон признана туристическая, оздоровительная, рекреационная, культурно-развлекательная и паломническая деятельность.

Основной деятельностью инвесторов в этих туристско-рекреационных зонах считается коттеджное строительство, создание торговых

центров и сети автозаправочных станций, паркингов, гольф-полей и фан-парков, спортивных сооружений. В последние годы все больше бизнесменов начинают также вкладывать средства в реставрацию и обустройство старинных усадеб и прилегающих к ним территорий.

Резидентами (участниками) зон являются предприниматели Москвы, Воронежа, Липецка и Липецкой области, а также соседних с ней регионов. Но и незарегистрированные в зонах инвесторы могут открывать здесь кафе, строить гостиницы, переоборудовать первые этажи жилых домов в торговые точки и спортивные залы.

Кратко рассмотрим деятельность туристско-рекреационных ОЭЗРУ «Задонщина» и «Елец».

В ОЭЗ «Задонщина» для ознакомления туристов с достопримечательностями зоны разработано более 40 туристических маршрутов с посещением заповедных мест, памятников исторического и духовного наследия, в том числе православных святынь. Город Задонск (его часто называют «Русский Иерусалим») является одним из крупнейших центров русского православия в южной части России. На его территории находятся более 100 объектов культурного наследия, из которых два являются памятниками федерального значения. Сюда из многих регионов России и стран СНГ приезжают паломники поклониться мощам святого Тихона Задонского. В августе 2010 г. в Задонске отмечалось 400-летие расположенного здесь мужского монастыря, на празднование которого приезжал глава Русской православной церкви патриарх Московский и всея Руси Кирилл.

При активной поддержке федеральных, региональных и местных властей в зоне идет формирование нового автотуристского кластера «Задонщина». Под его строительство в настоящее время выделено 100 гектаров земли, а в соответствии с перспективным планом развития планируется расширить территорию кластера до 300 гектаров. Большой интерес инвесторов к данному проекту во многом объясняется удачным расположением кластера — рядом с ним проходит федеральная трасса М-4 «Дон», по которой в сутки проезжает около 40 тыс. автомобилей. Соответственно это 40 тыс. только водителей, с учетом же пассажиров автомобилей и междугородных автобусов эта цифра может превысить 100 тыс. человек, многие из которых готовы перекусить на территории кластера, а некоторые — отдохнуть и переночевать. Поэтому есть довольно большое число инвесторов, желающих построить здесь гостиничные комплексы, рестораны, кафе, магазины, комбинаты бытовых услуг, развлекательные центры, сауны, автозаправочные станции и автосервисные салоны.

В то же время региональные и муниципальные власти не собираются плотно застраивать все близлежащие к зоне территории. Следует сказать, что реально туристско-рекреационная зона «Задонщина»

уже давно переросла свои формальные административные границы. В связи с чем, даже расширяя территорию зоны, планируется обязательно сохранить рядом с городом зеленый пояс, создать новые, современные рекреационные и спортивные парки, а также другие досуговые объекты для жителей Задонска.

В туристско-рекреационной зоне «Елец» также реализуется значительное число проектов по привлечению и обслуживанию туристов, включая рестораны, боулинг-клубы и развлекательные центры. Город Елец — второй по величине город Липецкой области — считается культурной столицей региона, центром традиционных ремесел и промыслов, хранителем исконно-русского образа жизни. Елец входит в список 115 старинных русских городов, имеющих ценное историческое наследие федерального и международного значения. Туристско-рекреационную зону «Елец» ежегодно посещают более 135 тыс. туристов и экскурсантов.

Значительное внимание в зоне уделяют развитию событийного туризма. Ежегодно на территории зоны проводят туристический фестиваль «Антоновские яблоки», посвященный жизни и творчеству земляка, лауреата Нобелевской премии 1933 г. в области литературы И. А. Бунина (1870—1953). В 2015 г. на Всероссийском конкурсе национальной премии в сфере событийного туризма фестиваль «Антоновские яблоки» был признан одним из лучших.

Каждый год с большим успехом в городе проходит также фестиваль имени известного советского и российского композитора Т. Н. Хренникова (1913—2007), который родился, вырос и похоронен в Ельце. Фестиваль собирает огромное число туристов и любителей музыки, приезжающих послушать лучшие оркестровые и вокальные коллективы России. Одним из постоянных участников фестиваля является всемирно известный дирижер В. Гергиев.

Следует отметить, что в соответствии с бизнес-планами обе туристско-рекреационные ОЭЗРУ должны обеспечить развитие не только туризма, но и связанных с ним видов хозяйственной и экономической деятельности, создание условий для сохранения и возрождения объектов природного и культурного наследия. В целях наиболее полной реализации туристического потенциала области в настоящее время региональными органами власти прорабатывается вопрос о возможности расширения существующих границ туристско-рекреационных зон «Задонск» и «Елецк».

Необходимо обратить внимание на то, что в настоящее время в Липецкой области существенно возрос интерес областных (муниципальных) органов власти и частного бизнеса к развитию туристской деятельности в форме туристско-рекреационных кластеров (ТРК). За сравнительно небольшое время в области было образовано три таких кластера:

«Ораниенбург», «Добрый» и «Шуховский», еще один — «Задонщина», как уже говорилось, находится в стадии формирования. В связи с чем общий объем средств, направленных на развитие туристско-рекреационных зон «Задонск» и «Елецк», а также указанных кластеров, за последние пять лет увеличился и составил более 2,4 млрд руб., из которых 997 млн руб. — средства федерального бюджета, 431 млн руб. — областного бюджета и 985 млн руб. — средства из внебюджетных источников [8].

Работать в ТРК частных инвесторов привлекают хорошие условия, созданные региональными и местными органами власти. Так, инвестору ТРК предоставляется инвестиционная площадка «под ключ», а также в будущем будет оказано содействие, если он пожелает зарегистрироваться в качестве резидента (участника) одной из двух туристско-рекреационных зон области и получить соответствующие льготы и преференции. Все это позволяет предпринимателям, не являющимся резидентами (участниками) туристско-рекреационных зон «Задонск» и «Елецк», снизить инвестиционные риски и активно вкладываться в развитие ТРК.

За последние годы на территориях туристско-рекреационных зон и ТРК весьма активно стало развиваться взаимодействие органов власти и частных инвесторов с использованием механизмов государственно-частного и муниципально-частного партнерства. В Липецкой области с помощью данных механизмов частными инвесторами на территории туристско-рекреационных зон и ТРК реализуется 41 проект по строительству гостиниц, ресторанов, спортивных и сервисных объектов и т.д. на общую сумму около 4,5 млрд руб. [8].

По мнению экспертов, результаты проекта по созданию и развитию в Липецкой области туристско-рекреационных ОЭЗРУ можно оценить как весьма обнадеживающие. За время функционирования туристско-рекреационных зон значительно возрос интерес туристов к региону. Область постепенно становится узнаваемым брендом для отечественных и иностранных путешественников. Во многом благодаря созданию данных зон и развитию в них малых форм хозяйствования существенно увеличились поступления в бюджеты муниципальных образований, на которых они расположены, и в приграничные с ними территории.

В заключение следует сказать, что в июне 2016 г. Президент РФ В. В. Путин, заслушивая отчет руководителя Счетной палаты РФ Т. В. Голиковой о результатах проверки работы отечественных ОЭЗ федерального значения, не исключил вероятность возможной передачи некоторых из них (в первую очередь ОЭЗ туристско-рекреационного типа) под управление субъектам РФ. В связи с чем изучение многолетнего опыта Липецкой области по формированию и управлению туристско-рекреационными ОЭЗРУ будет, на наш взгляд, весьма

полезно специалистам, ответственным за сферу туризма и гостеприимства в тех регионах России, в которых сейчас образованы туристско-рекреационные ОЭЗ федерального значения. Понимая это, администрация Липецкой области и МЭР РФ обратились в Правительство РФ и Государственную думу РФ с предложением распространить действие Федерального закона от 22 июля 2005 г. № 116 «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» [9] на ОЭЗ регионального уровня и предоставить в этом вопросе липецким ОЭЗРУ статус «пилотного проекта». В таком случае пример Липецкой области может способствовать улучшению экономических и организационных условий дальнейшего развития всех типов ОЭЗРУ (в том числе и туристско-рекреационных зон) в Российской Федерации.

Литература

1. *Гриценко П.* Внутренний туризм в России растет четвертый год подряд // Ведомости, 16.06.1026. URL: <http://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/06/16/645539-vnutrennii-turizm>
2. Закон Липецкой области от 18 августа 2006 г. № 316-ОЗ «Об особых экономических зонах регионального уровня» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/33706064/>
3. *Кудрова Н. А.* Стимулирующая политика регионального развития современной России на основе концепта импортозамещения // Social and Economic Phenomena and Processes. — 2015. — Т. 10. — № 2. — С. 46–51.
4. *Матвеева Л. Г., Чернова О. А.* Российское импортозамещение в условиях «новой нормальности» // Terra Economicus. — 2016. — Т. 14. — № 2. — С. 127–138.
5. Постановление администрации Липецкой области от 29 декабря 2006 г. № 195 «О создании особых экономических зон регионального уровня туристско-рекреационного типа». URL: <http://www.admlip.ru/economy/regions/region-oez-turistsko-rekreacionnogo-tipa/>
6. Ростуризм: рост въездного турпотока составит не менее 6% по итогам года // Газета.ru, 15.11.2016. URL: https://www.gazeta.ru/lifestyle/news/2016/11/15/n_9335927.shtml
7. *Саблин К. С.* Роль институциональной среды в формировании институтов развития // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). — 2012. — Т. 4. — № 2.
8. Туризм Липецкой области // Российская газета, 25.12.2015.
9. Федеральный закон от 22.07.2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_54599/

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Н. В. Суханова,

к.э.н.,

МГУ имени М. В. Ломоносова

При проектировании развития регионов большое внимание уделяется развитию туристической сферы как одной из возможностей диверсифицировать экономику. В современных условиях в развитии туризма применяется комплексный подход, который осуществляется, как правило, путем кластеризации.

Кластерный подход в туризме заключается в концентрации и устойчивом взаимодействии отдельных туристических объектов и предполагает сосредоточение в рамках территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристического продукта, а также деятельностью, смежной с туризмом и рекреационными услугами [11; 12; 14]. Кластер — открытая, гибкая по составу и структуре система с постоянно меняющимся количеством участников и низкими барьерами для входа и выхода. Это благоприятная среда для развития малого и среднего бизнеса, при этом местоположение кластера — одно из ключевых конкурентных преимуществ [7; 13; 15].

Минэкономразвития России определяет кластер как «объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товара и услуг. При этом кластеры могут размещаться как на территории одного, так и нескольких субъектов Российской Федерации» [2].

Основными задачами кластерной политики являются формирование условий для развития кластеров, выявление участников кластера, разработка стратегии его развития; поддержка проектов, направленных на повышение конкурентоспособности участников кластера; обеспечение методической, информационно-консультационной, образовательной поддержки реализации кластерной политики на отраслевом и региональном уровнях и др.

Кластерная структура может состоять из координационного совета по развитию туризма, заказчика, ассоциаций туристических организаций, предприятий в рамках кластерной структуры, а также включает в себя непосредственно организации туризма (турбюро, турагентства, и т.д.), предприятия индустрии гостеприимства (гостиницы, кемпинги и т.д.), предприятия общественного питания, рекламные компании и т.д.

Сегодня идея создания кластеров в России заложена в концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ. В качестве основного механизма реализации Стратегии развития туризма в РФ до 2020 года следует рассматривать ГЧП как наиболее эффективный способ объединения усилий органов государственной власти и частного бизнеса с целью создания кластеров как объектов туристической инфраструктуры [6].

В стратегии социально-экономического развития регионов кластерный подход играет одну из ключевых ролей. Они важны для создания «точек роста», реализации конкурентного потенциала регионов. Это отмечается, например, в стратегиях социально-экономического развития Республики Карелия, Республики Бурятия, Алтайского края.

Кластерная экономическая политика в туризме заложена в основу реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 гг.)», которая должна позволить создать межрегиональные экономические партнерства, объединенные единой целью завоевания потребителя. ФЦП носит инновационный характер и конкретное финансирование; доминирующий кластерный подход; выделение перспективных туристических регионов; открытость программы для новых проектов и регионов. В программе выделено 23 перспективных региона и 40 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров, активизируются кластерные подходы и механизмы ГЧП. Общий объем финансирования составляет 332 млрд руб., а внебюджетное финансирование — 211 млрд руб. (63,6%), средства бюджетов субъектов — 25 млрд руб., федеральный бюджет — 96 млрд руб. (28,9%) [5].

В рамках ФЦП для инвесторов предлагается механизм субсидирования процентных ставок по кредитам на туристические объекты с длительным сроком окупаемости, однако при отсутствии должного механизма управления рисками и недостаточной правовой защищенности инвестора данный механизм непривлекателен для инвесторов, особенно в регионах. Государству не удалось сформировать систему финансово-экономических рычагов инициирования участия и поддержки частных компаний при реализации туристических проектов.

Особенностью ФЦП является создание точек роста экономики регионов на основе кластерного подхода. Инвестиционная поддержка туристских кластеров в рамках ФЦП составляет: в 2015 г. — 11 231,9 млн

руб., в 2016 г. — 19 075,2 млн руб., в 2017 г. — 27 918,5 млн руб., в 2018 г. — 24 061,4 млн руб. [5]. В формировании кластеров задействованы все уровни власти (федеральные, региональные, межрегиональные, муниципальные, межмуниципальные и бизнес-сообщества). Идея создания кластеров может принадлежать как бизнесу, так и администрации. На наш взгляд, наиболее целесообразный вариант зарождения кластеров — инициатива со стороны региональных и местных властей, формируемая на принципах ГЧП.

В 2011 г. в РФ было 6 кластеров в 5 субъектах РФ, а в 2016 г. — 20 действующих ТРК и более 30 ТРК на стадии развития. В 2018 г. планируется открыть 30 кластеров в более 60 субъектах РФ. Таким образом, количество региональных кластеров в туристическом бизнесе РФ постепенно растет, некоторые из них уже активно функционируют. Это, например, кластеры «Великий Устюг — родина Деда Мороза» в Вологодской области, «Китежская Русь» в Нижегородской области, «Никола-Ленивец» в Калужской области, «Кладезь земли Костромской» в Костроме, «Елец» в Липецкой области, «Пещера Мономах» в Саратовской области, «Этническая Чувашия» в Чувашской Республике, межрегиональный культурно-исторический кластер «Ганзейские города», куда входят 12 исторических городов России, и др. В итоге культурно-историческое наследие становится не только объектом туристического интереса, но и ядром регионального кластерного развития, позволяющего формировать региональную экономическую политику, инициировать создание ГЧП, привлекать инвестиции путем формирования многоканальных инвестиционных товариществ, повышать качество жизни местного населения — создавать рабочие места, снижать потоки внутренней миграции и т.д.

В Великом Новгороде, культурно-историческое наследие которого является национальным достоянием России, действует муниципальная программа «Развитие туризма и туристической деятельности на территории Новгорода на 2014–2016 годы», создано некоммерческое партнерство «Офис туризма Великого Новгорода». Это первый туристический офис России, основанный на партнерстве бизнеса и муниципальной власти. Он объединяет и координирует туристическую деятельность 37 предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса, туристической администрации, учреждений культуры, более 150 турфирм. Узнать стародавние предания Великого Новгорода можно в «Программе с посадником Сбыславом»; программа «Аудиогид» позволяет самостоятельно совершать путешествие, осуществляет свою деятельность центр развития туризма «Красная изба». В итоге растет число туристов, приезжающих в Великий Новгород.

В Краснодарском крае планируется организовать туристские кластеры «Абрау-Утриш» (Новороссийск, Анапа) «Лермонтово» (Туап-

синский район), «Можжевельная роща» (Геленджик), «Горячий Ключ» (Горячий Ключ)» [1]. Подпрограмма «Развитие туризма в Республике Татарстан на 2014–2020 годы» [4] предлагает использование бюджетных средств и средств инвесторов на условиях ГЧП для развития кластерной политики в туризме, включая создание автотуристских кластеров.

В Тверской области «Верхневолжье» обладает большим объемом объектов историко-культурного наследия и хорошей основой для развития водного туризма. ГЧП играет огромную роль в привлечении инвестиций, в развитии ОЭЗ туристско-рекреационного типа «Завидово». Введены облегченные правила передачи в аренду зданий, которые являются объектами культурного наследия. Имеется опыт партнерства с Международным банком реконструкции и развития.

Ядром кластера и инструментом стимулирования регионального экономического роста Приморского края выступает туристско-рекреационный кластер «Владивосток — центр делового туризма». Планируется создание условий для формирования и развития туристско-рекреационной ОЭЗ на территории острова Русский Владимирского городского округа, интегрированной развлекательной зоны «Приморье» на территории Артемовского городского округа Приморского края. Основные усилия направлены на развитие развлекательного туризма, делового туризма, а также на развитие семейного отдыха и строительство Владивостокского выставочного комплекса [3].

В рамках реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» ведутся работы по развитию ТРК «Белокуриха» в Алтайском крае. Формирование кластера предполагает реализацию 9 крупных инвестиционных проектов, соединение с туристическими объектами «Сибирское подворье» и курортным субкластером «Белокуриха-2».

Возникла также тенденция к объединению ТРК в суперкластеры (так, суперкластер «Башкортостан» объединяет 7 кластеров). В дополнение к ТРК создаются туристско-спортивные, автотуристские, медицинские кластеры и т.д.

При создании туристско-рекреационных зон (ТРЗ) предлагается льготный налоговый режим — освобождение в течение 5 лет от уплаты налога на имущество, от уплаты земельного налога; установление арендной платы на земельные участки, не превышающей 2% их кадастровой стоимости в год; соответствующее инфраструктурное обеспечение, предусмотрен режим административного благоприятствования. Устанавливаются дополнительные льготы в виде: снижения налога на прибыль организаций на 4% (например, 10 лет в Республике Алтай, 5 лет в Краснодарском крае); снижение ставки транспортного налога; снижение налога на имущество. Иногда для организаций-резидентов устанавливаются пониженные ставки налога на прибыль (до 13,5%).

Дополнительные налоговые льготы для резидентов — льготный налоговый режим до 2023 г. для ОЭЗ, объединенных в кластеры, по налогу на прибыль вводится нулевая ставка в части налога, уплачиваемого в федеральный бюджет. Также предусматривается освобождение от уплаты налога на имущество сроком на 10 лет для резидентов и управляющих компаний. Пониженные ставки страховых взносов для резидентов туристско-рекреационных зон, объединенных в кластеры, и др. [9; 10].

Как уже отмечалось, кластеры способствуют созданию рабочих мест и увеличению туристического потока. Деятельность ряда ТРК наглядно подтверждает это. Так, в Республике Бурятия кластером «Подлеморье» создано 21 тыс. дополнительных рабочих мест, автомобильный кластер «Кяхта» обеспечил более 560 дополнительных рабочих мест, турпоток увеличился на 195 тыс. человек. Кластер «Псковский» в Псковской области создал 22 тыс. дополнительных рабочих мест, турпоток увеличился на 95 тыс. человек.

Безусловно, предстоит преодолеть целый ряд серьезных проблем, тормозящих развитие ТРК и привлечение инвестиций в сферу туризма. К ним относятся длительный срок окупаемости проектов; административные барьеры при прохождении исходно-разрешительных процедур на начальном этапе; длительное оформление земельных участков, выделяемых инвесторам в долгосрочную аренду под строительство туристических объектов, и т.д. Тем не менее в целом можно утверждать, что развитие ТРК является перспективным направлением в развитии регионального туризма.

В России огромное культурно-историческое наследие, которое становится ядром регионального кластерного развития, позволяющего формировать региональную экономическую политику. В этом смысле особенно важна роль региональных органов власти. На территории каждого региона может и должна быть выработана собственная стратегия развития и формирования ГЧП в целях развития туризма, учитывающая местную специфику. Процесс кластеризации может выступать как сетевой механизм качественного преобразования экономической системы регионов с особой ролью человеческого фактора, ориентированного на конечного потребителя.

Литература

1. Закон Краснодарского края от 09.07.2013 г. № 2767-КЗ «О программе социально-экономического развития Краснодарского края на 2013–2017 годы».
2. Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах РФ. Письмо Министерства экономического развития РФ от 26.12.2008 г. № 20615-АК/Д19.

3. Постановление администрации Приморского края от 07.12.2012 г. № 396-па «О государственной программе Приморского края «Развитие туризма в Приморском крае» на 2013–2017 годы».
4. Постановление Кабинета министров Республики Татарстан от 07.02.2014 г. № 73 «Об утверждении государственной программы «Развитие физической культуры, спорта, туризма и повышение эффективности реализации молодежной политики в Республике Татарстан на 2014–2020 годы».
5. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Официальный сайт Правительства РФ. URL: <http://government.ru/media/files/543XR6TAjd7NGQAWZJhu00p7j5UhSZk.pdf>
6. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.08.2008 г. «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года».
7. *Рассадина А. К.* Роль кластеров в современной экономике: зарубежный опыт // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. — 2014. — № 5. — С. 85–101.
8. Создание регионального туристско-рекреационного кластера обсудили в администрации Брянской области. URL: <http://cluster.hse.ru/news/226>
9. Федеральный закон РФ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации», принятый Госдумой 17.11.2011 г. и одобренный Советом Федерации 25.11.2011 г. (изменения вступили в силу с 01.01.2012 г.).
10. Федеральный закон РФ от 22.07.2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах».
11. *Шерешева М. Ю.* Проблемы создания туристических кластеров в регионах России // Инновационное развитие экономики России: региональное разнообразие. Т. 2. — М.: ТЕИС, 2013. — С. 168–174.
12. *Шерешева М. Ю.* Сетевые формы организации в развитии регионального туристического бизнеса // Новая экономика и региональная наука. — 2015. — № 1. — С. 101–106.
13. *Ketels C.* Cluster policy: A guide to the state of the debate // Knowledge and the Economy. Springer Netherlands. — 2013. — P. 249–269.
14. *Novelli M., Schmitz B., Spencer T.* Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience // Tourism management. — 2006. — Vol. 27. — № 6. — P. 1141–1152.
15. *Porter M. E.* Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy // Economic Development Quarterly. — 2000. — Vol. 14. — № 1. — P. 15–34.

БАЗОВЫЕ УСЛОВИЯ И МЕХАНИЗМЫ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА В СЕВЕРО-КАВКАЗСКОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ, КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ И РЕСПУБЛИКЕ АДЫГЕЯ

*Ш. А. Каппушев,
аспирант,*

МГУ имени М. В. Ломоносова

В современной экономике туризма особую роль играют кластерные технологии, за рубежом накоплен значительный опыт создания и развития туристских кластеров. Взятый в последние несколько лет курс на развитие туризма в России также предполагает использование кластерного подхода [4; 5; 10]. В рамках федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» предусмотрено создание 54 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в 41 регионе России, при этом 10 кластеров в 11 регионах уже сформированы [7].

Как показывает международный опыт, масштаб туристских кластеров варьирует от микро- до макроуровня [13; 14; 15]. Можно привести такие примеры:

- национальные туристские кластеры, формирующиеся в масштабах целой страны (Сингапур, Молдова, Болгария, Шотландия, Камбоджа);
- межотраслевые кластеры (например, гастрономия и виноделие в Калифорнии; туризм в винодельческом районе Новой Зеландии);
- региональные или административные кластеры (штат Монтана в США; Сардиния, Меццоджорно в Италии);
- городские туристские кластеры (г. Новый Орлеан в США);
- туристские кластеры, охватывающие различные маркетинговые ниши (бизнес-туризм в Копенгагене, Дания; спортивный туризм в Канберре, Австралия; шопинг-туры в Андорре, изучение языков на Мальте).

Рассмотрим более детально примеры туристских кластеров в Польше и США.

В туристском кластере в Эльблонге (Польша) состоит 41 организация. Членами кластера являются туроператоры, специализированные операторы жилья, агротуристические хозяйства и различные поставщики услуг, работающие в смежных учреждениях и отраслях. Кластер занимается созданием и дальнейшим продвижением и развитием образа региона в целом и города Эльблонг в частности как привлекательного района для туризма. Для этого осуществляется создание эксклюзивных брендовых продуктов в таких сферах, как: культурный туризм; бизнес-туризм; транзитный и пограничный туризм; специализированный, рекреационный или активный туризм; туризм в сельской местности [6].

На территории Опольского воеводства, Олеского и Клушборского уездов, имеющих большой потенциал развития сельского туризма и экологического образования, создан кластер «Земля молока и меда». В состав кластера входят уездные органы самоуправления, предприятия туристской отрасли, Научно-технологический Опольский парк и Опольский университет.

Среди списка услуг, оказываемых в кластере «Земля молока и меда», можно выделить следующие:

- активный отдых в экотуристических и сельских хозяйствах (в том числе отдых выходного дня);
- образовательные мастерские (конкурсы бардов, рукоделие и др.);
- организация различных мероприятий, в том числе бизнес-групп;
- образовательные программы для молодежи и детей дошкольного возраста — тематические уроки, организуемые в экологических и сельских хозяйствах;
- школы обучения конной езде, в том числе реабилитационные центры и терапевтическая езда;
- семейные или групповые велосипедные и конные пробеги;
- региональные образовательные занятия (например, в средневековом рыцарском городе, музее пчеловодства и т.д.);
- комплексная подготовка и реализация особых семейных событий или мероприятий (юбилеи, бракосочетания, религиозные праздники и др.);
- возможность организации индивидуальной программы по желанию клиента, начиная от встречи в аэропорту и заканчивая составлением индивидуального плана мероприятий.

Кроме того, туристам предлагается широкий ассортимент продукции местных предпринимателей (продукция кондитерского пчеловодства и молочной промышленности).

В Кньшинской Пуще в Польше расположена здравница Супрасль, которая вместе с рядом соседних территорий образует единый замкнутый комплекс. Помимо природных ресурсов данный комплекс имеет ряд исторических объектов и культурных достопримечательностей,

что также позволило сформировать кластер. Этот кластер является медико-туристическим благодаря особому климату и наличию лечебных грязевых ванн. Среди услуг, предоставляемых здравницей, можно выделить грязелечение, рекреацию и спорт, а именно развитие велосипедного, конного, пешего, водного и лыжного туризма, а также традиционную продукцию и ремесленные изделия, выпускаемые местным населением [6].

Особый вид кластерных объединений представляют тематические туристские кластеры. Одним из примеров таких кластеров может являться сформировавшийся в США (штат Калифорния) кластер винного туризма в долине Напа — одном из известнейших винодельческих районов. Автором идеи создания кластера виноделов является Р. Мондави, который объединил лучшие европейские винодельческие практики с эффективной американской моделью менеджмента и маркетинга. Данный винодельческий кластер является одним из крупнейших кластеров в сфере услуг Соединенных Штатов. Ежегодно долину посещают до 5 млн туристов с целью дегустации вина и посещения виноградников. К настоящему времени кластер оброс связями с другими кластерами и организациями, в том числе и туристическими, и таким образом оказался включенным в более широкую сеть взаимоотношений [2].

Анализ международного опыта создания и развития туркластеров показывает, что даже в том случае, если избрана не дирижистская, а либеральная кластерная политика¹, государственные и муниципальные структуры всех уровней должны участвовать в данном процессе [11]. В России, которая придерживается дирижистского подхода, местные, региональные и федеральные органы власти принимают активное непосредственное участие в формировании кластеров.

Со стороны местной администрации помимо участия в организации деятельности кластера важны усилия по развитию инфраструктуры, обеспечению безопасности туризма, защите окружающей среды, снабжению необходимыми услугами (например, регулирование дорожного движения или медицинские услуги).

Со стороны региональной администрации целесообразны следующие действия:

- осуществление стратегического управления и планирования;
- привлечение инвестиций в регион;

¹ Либеральная кластерная стратегия нацелена на «выращивание» кластеров, которые изначально были сформированы рынком. Дирижисты выбирают на государственном уровне отраслевые и региональные приоритеты и целенаправленно поддерживают формирование соответствующих кластеров. Первый вариант характерен для США, Великобритании, Австралии, Канады. Второй вариант проводят власти таких стран, как Швеция, Финляндия, Франция, Корея, Япония [11].

- поддержка действий по рекламе и продвижению региональных туристических возможностей, а также всего комплекса маркетинговой политики;
- инициирование и поддержка проектов муниципальных образований.

Со стороны федеральных органов власти важны:

- создание благоприятной институциональной среды для развития бизнеса за счет совершенствования законодательной базы и макроэкономической политики;
- действия, направленные на улучшение инвестиционного климата;
- создание специальных программ частно-государственного или бюджетного финансирования крупных проектов в целях поддержания региональных усилий в области повышения конкурентоспособности кластера.

В целом анализ зарубежной практики показал широкий спектр направлений, сочетание которых формирует систему стимулирования кластеризации на всех уровнях власти:

1. Финансовое стимулирование:

- бизнес-ангелы;
- финансирование через исследовательские фонды и гранты;
- инвестиционные сети;
- проектное финансирование из бюджетов всех уровней;
- доступ к региональным, национальным и международным фондам;
- финансирование, осуществляемое через провайдеров венчурного капитала.

2. Стратегическое управление:

- привлечение инвесторов и разработка инвестиционных проектов;
- разработка планов, программ и стратегий развития наиболее крупных проектов;
- развитие международного сотрудничества;
- создание бизнес-инкубаторов, обучающих центров и агентств по экономическому развитию;
- проведение экономических форумов;
- проведение экологических мероприятий, нацеленных на защиту окружающей среды.

3. Стратегический маркетинг:

- исследование сравнительных конкурентных преимуществ и бенч-маркинг региона;
- организация бесплатного доступа к информации и результатам различных маркетинговых исследований;
- брендинг региона и последующее управление брендом;

- развитие региональной информационной сети и коммуникационных каналов;
- создание и продвижение мероприятий, рекламная составляющая.

Рассмотрение зарубежного опыта может быть полезным и для России. Безусловно, прямое копирование зарубежных аналогов не представляется возможным из-за российской специфики [3; 9; 10]. Тем не менее региональные власти по мере развития кластерной политики в России могут воспроизводить либо адаптировать те эффективные методы и подходы, которые уже зарекомендовали себя за рубежом.

Формирование туристского кластера в Северо-Кавказском федеральном округе (СКФО), Краснодарском крае и Республике Адыгея. Туристский кластер в СКФО, Краснодарском крае и Республике Адыгея был создан на территории Краснодарского края и республик Ингушетия, Дагестан, Северная Осетия — Алания, Адыгея, Кабардино-Балкария и Карачаево-Черкесия и Чечня. Среди видов деятельности, на которые может быть сделан акцент в развитии индустрии туризма и гостеприимства, можно выделить экотуризм, гостиничные комплексы, спортивный и экстремальный туризм, бизнес-туризм, водный туризм, бальнеологический туризм (минеральные воды), спа-туризм, рекреационный туризм.

Формирование и развитие данного туристского кластера в республиках СКФО подразумевает обеспечение трех базовых условий.

Во-первых, это условия организации пребывания туристов и транспортировки к местам отдыха. Среди лимитирующих факторов в данной области следует выделить:

- низкий уровень транспортно-логистической инфраструктуры: затруднена транспортная доступность рекреационных зон;
- недостаточный уровень конкуренции на авиационном рынке, завышенные цены на внутренние авиаперелеты и региональная ограниченность доступа к системе зарубежных авиаперевозок. Возникает необходимость транзитного авиаперелета, проходящего через другие города РФ, которые находятся вне Северо-Кавказского федерального округа, что увеличивает временные и финансовые затраты туристов.

Во-вторых, мотивация населения при выборе курортов СКФО определяется следующими условиями:

- недостаточная изученность уже существующих природных и туристских ресурсов;
- слабо развитая инфраструктура развлечений;
- почти полное отсутствие высококвалифицированного персонала в индустрии гостеприимства.

В-третьих, ограничения в области государственной поддержки развития туризма в регионах России:

- негативный имидж северокавказских регионов как территорий с высоким этнополитическим риском, сформировавшийся ранее, и отсутствие единого информационного и рекламного продвижения туристских продуктов;
- отсутствие финансовых ресурсов, выделяемых муниципалитетами, для поддержания благоустройства зон рекреации;
- сужение потенциального круга потребителей в силу отсутствия четкой ценовой сегментации рынка туристских продуктов;
- отсутствие завершенности схемы территориального планирования субъектов СКФО и замедление ландшафтной разработки и развития региона.

Для того чтобы преодолеть ограничения и добиться существенных результатов в формировании и развитии туристского кластера, целесообразно использование комплекса мер, в том числе:

- поощрение усилий в области привлечения провайдеров и поставщиков из других регионов в интересах кластера;
- инвентаризация туристических объектов Северного Кавказа с последующей разработкой паспортов с описанием и ресурсной оценкой территории; составление реестра курортов;
- спонсирование организации форумов и различных площадок для сбора участников кластера;
- финансирование научно-исследовательских работ по разработке и внедрению технологий, реализуемых в рамках кластера¹, для этого следует закрепить в бюджетах всех уровней минимально допустимый уровень финансирования науки и инноваций в кластерных технологиях и туризме;
- создание агентства по сертификации туристских и гостиничных услуг на базе Северо-Кавказского федерального университета;
- усиление роли ПАО «Курорты Северного Кавказа» и ПАО «Корпорация развития Северного Кавказа» как институтов по координации деятельности участников кластера;
- государственная поддержка и стимулирование добровольной сертификации собственниками курортных объектов и инфраструктурных предприятий по оказанию различных туристических услуг;
- разработка единой маркетинговой политики кластера;
- обеспечение поступления курортных налогов и сборов в муниципальные и региональные бюджеты посредством внесения поправок в российское налоговое законодательство;
- формирование портфеля потенциальных проектов для привлечения российских и зарубежных инвесторов.

¹ Данные работы могут проводиться как в региональных вузах, так и в федеральных.

Совершенствование транспортной системы, коммуникаций и других элементов инфраструктуры региона является одним из важнейших условий успешного развития сетевых структур в составе туристского кластера [12].

На наш взгляд, целесообразно расширение географии авиаперевозок, и в первую очередь за счет привлечения новых зарубежных и российских авиакомпаний; более пристальное внимание и контроль со стороны антимонопольных органов в отношении стоимости авиауслуг. Отмена НДС на билеты, которые приобретаются в турпакете, также позволила бы снизить стоимость перелетов. Состояние наземной транспортной инфраструктуры в регионе можно оценить как низкое: большая часть курортов находится в тяжелой транспортной доступности. Значительно улучшить ситуацию может строительство качественных высокоскоростных магистралей.

Эффективное информационное пространство в настоящее время является одним из наиболее важных аспектов успешного развития кластера туристических услуг. Государственная поддержка в виде поиска и размещения информации является более значимой, по словам большинства руководителей управляющих кластерных компаний. Согласно исследованию Р. А. Абрамова, 45% опрошенных отмечают значимость государственной информационной поддержки в форме помощи в организации публичных мероприятий; 44% респондентов указывают на то, что власти помогают в формировании и поддержании репутации регионального кластера; обеспечение передачи информации выделяют 43% [1]. Соответственно развитие информационной среды туристского бизнеса для более полной реализации территориальной кластерной политики является одной из приоритетных задач.

Среди основных направлений развития информационной среды можно выделить следующие:

1. Формирование системы ценового мониторинга рынка туристических услуг с его последующей сегментацией. Создание данной системы подразумевает изучение емкости регионального, национального и мирового рынков туристических услуг, которые предлагаются соответствующими хозяйствующими субъектами с целью размещения данной информации в источниках с открытым доступом.
2. Создание условий для передачи информации и обмена идеями (проведение семинаров, конференций, круглых столов, организация региональных и федеральных коммуникационных площадок).
3. Обеспечение участия хозяйствующих субъектов в ярмарках и выставках (как региональных, так и зарубежных).

Целесообразным является создание в рамках соответствующих государственных корпораций агентств по маркетинговому развитию северокавказского сегмента туристского кластера. В задачи агентств будут входить формирование и реализация программ продвижения Северного Кавказа как территории с высоким туристическим потенциалом, а также создание бренда территории. Для реализации данных задач потребуются создание единого информационного портала о курортах Северного Кавказа, который будет содержать информацию о предприятиях, оказывающих транспортные услуги, услуги размещения, различные туристические и развлекательные услуги с возможностью предварительного бронирования по телефону и онлайн, рекламу туристических объектов и т.д.

Необходимое условие успешного развития туристских кластеров — наличие достаточных по объему и сбалансированных по структуре финансовых ресурсов, а также их целевое и рациональное использование [8]. Важно объединить усилия органов государственной власти и местного самоуправления, бизнеса, некоммерческих организаций по поиску источников финансирования.

Необходимы формирование баз данных инвестиционных проектов и потенциальных инвесторов и, следовательно, консолидация их участниками ресурсов инвестиционного характера. Частой практикой при формировании туристского кластера является инвестиционное сотрудничество владельцев средств размещения и туристических фирм. Данное сотрудничество предполагает закрепление в долгосрочном периоде номерного фонда реконструируемых баз отдыха или гостиниц на льготных условиях, если данные субъекты принимали участие в финансировании реконструкции и развития соответствующего средства размещения. Создание благоприятных условий для кооперации страховых компаний, гостиничных и туристических структур также с целью привлечения инвестиций в развитие туристских гостиничных комплексов.

Кадровое обеспечение также является одной из главных проблем формируемого туристского кластера. Подготовка кадров должна проводиться не только для кластерообразующих отраслей, но и для инфраструктуры. Одним из наиболее сложных вопросов является подготовка персонала среднего звена и линейного персонала — сотрудников, непосредственно работающих с туристами. Одним из положительных эффектов будет создание дополнительных рабочих мест для местного населения, так как обслуживающий персонал должен быть сформирован в основном из местных жителей, которые после своего обучения будут работать рядом с местом своего постоянного проживания. Обучение специалистов такого профиля целесообразно проводить в региональных учебных заведениях высшего и среднего профессионального

образования, при этом качество образования может быть повышено с помощью сетевых образовательных технологий.

Отраслевым межрегиональным ресурсным центром развития профессиональных квалификаций в сфере сервиса и туризма Северо-Кавказского федерального университета (филиал) в г. Пятигорске (ОМРЦ РПК ССТ) был наработан положительный опыт внедрения сетевых технологий. На базе данного учебного заведения был разработан комплекс, включающий 24 профессиональных модулей и образовательных программ, которые включают в себя основные необходимые для обеспечения эффективного функционирования туркластера направления. Программы были согласованы с профильными комитетами и министерствами, составлены с учетом основных требований работодателей и прошли процедуру профессиональной и общественной экспертизы.

Объединение возможностей Северо-Кавказского федерального университета, ПАО «Курорты Северного Кавказа» и ПАО «Корпорация развития Северного Кавказа» может стать очень эффективным при создании многофункциональных центров прикладных квалификаций. Такое взаимодействие позволит сформировать систему непрерывного обучения персонала для более всесторонней подготовки специалистов нового поколения.

Интеграционное взаимодействие хозяйствующих субъектов внутри кластера возможно только при эффективном сочетании формальных и неформальных механизмов. Данный принцип должен выступать в качестве основного условия развития северокавказского сегмента туристского кластера. В первую очередь для реализации данного принципа следует определить формы участия муниципальных, региональных и федеральных учреждений и органов власти в развитии кластера.

В заключение отметим, что кластерный подход позволяет более успешно решать поставленные в настоящее время задачи по созданию современной инфраструктуры туризма, улучшению качества оказываемых услуг и продвижению отечественного турпродукта на внутреннем и мировом рынках. Если российские регионы смогут реализовать основные преимущества сетевого взаимодействия предприятий и организаций в рамках кластеров, то они смогут существенно повысить и свою привлекательность как туристских дестинаций, и инвестиционную привлекательность.

Литература

1. *Абрамов Р. А.* Роль и место территориальных кластеров в развитии экономики российских регионов // *Экономические науки*. — 2009. — № 8(57). — С. 239–242.
2. *Адамова К. З.* Тематические туристские кластеры. URL: <http://www.sgu.ru/>

3. *Александрова А. Ю.* Туристские «ловушки» регионального развития // Инициативы XXI века. — 2014. — № 2. — С. 52–57.
4. *Восколович Н. А., Николаев-Пасухин С. И.* Инновационные направления формирования современной индустрии туризма в России // Вопросы управления. — 2014. — Т. 3. — № 9. — С. 88–94.
5. *Кизим А. А., Вальвашов А. Н., Кулькова И. В.* Повышение инвестиционной привлекательности региона на основе развития туристского кластера // Региональная экономика: теория и практика. — 2010. — № 26 (161). — С. 52–59.
6. Кластеры в Польше. Каталог. Польское агентство развития предпринимательства. URL: <http://www.pi.gov.pl/>
7. Материалы заседания Координационного совета ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» в Аналитическом центре при Правительстве РФ. 15 декабря 2016. URL: <http://ysia.ru/obshhestvo/v-moskve-obsudili-hod-realizatsii-turklastera-severnaya-mozaika/>
8. *Молчанов И. Н.* Проблемы формирования и финансирования туристских кластеров в регионах России // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. — 2016. — № 1(34). — С. 45–57.
9. *Оборин М. С.* Особенности развития и функционирования рынка санаторно-курортного комплекса Северо-Кавказского федерального округа // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. — 2015. — № 16 (301). — С. 21–29.
10. *Шерешева М. Ю.* Сетевые формы организации в развитии регионального туристического бизнеса // Новая экономика и региональная наука. — 2015. — № 1. — С. 101–106.
11. *Шерешева М. Ю.* Формы сетевого взаимодействия компаний: Курс лекций. — М.: Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2010.
12. *Шерешева М. Ю., Баджо Р.* Сетевой подход в изучении туристских дестинаций: новые тенденции // Инициативы XXI века. — 2014. — № 2. — С. 58–63.
13. *Gotham K. F.* Marketing Mardi Gras: Commodification, spectacle and the political economy of tourism in New Orleans // Urban Studies. — 2002. — Vol. 39. — № 10. — P. 1735–1756.
14. *Hospers G. J., Beugelsdijk S.* Regional cluster policies: learning by comparing? // Kyklos. — 2002. — Vol. 55. — P. 381–402.

КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

Е. Е. Полянская,

к.э.н.,

МГУ имени М. В. Ломоносова

Одной из проблем, тормозящих развитие туризма в России, является слабое развитие туристской инфраструктуры. Об этом свидетельствуют, в частности, данные международного рейтинга конкурентоспособности стран в туристском секторе Всемирного экономического форума. Согласно рейтингу, в 2009 г. Россия занимала 59-е место из 133 стран, в 2013 г. — 63-е место из 140 стран, в 2015 г. — 45-е место из 141 страны. Показателями, которые стабильно высоки, являются природные богатства и объекты культурного наследия страны, а также некоторые позиции по инфраструктуре (например, по воздушному транспорту, телекоммуникационной инфраструктуре). Тем не менее в целом обстановка для путешествий и туризма в России характеризуется как неблагоприятная [19].

Полноценному использованию туристского потенциала страны препятствуют низкое качество наземной транспортной инфраструктуры, неблагоприятный деловой климат, недостаточный уровень международной открытости, повышенные визовые требования для зарубежных туристов и ряд других факторов [17]. Однако самые серьезные проблемы связаны с развитием непосредственно туристской инфраструктуры, и в первую очередь гостиничной [15; 18]. И хотя за последние годы здесь отмечаются определенные позитивные изменения, слабое развитие гостиничного бизнеса остается нерешенной задачей во многих регионах страны. Отсутствие достаточного количества средств размещения (гостиниц, хостелов, мотелей и т.д.), а также проблема их качества относятся к главным факторам, препятствующим превращению территории, обладающей конкурентоспособными природными и культурными характеристиками, в полноценную туристическую дестинацию [15].

Следует отметить, что инвесторы входят в российский гостиничный бизнес достаточно осторожно. Причинами этого являются большие сроки окупаемости, проблемы с властями, трудности в оценке перспективных потоков туристов [16]. Принимая решение о вхождении в го-

стиничный бизнес того или иного региона, потенциальные инвесторы учитывают множество сопутствующих факторов и рисков, среди которых одно из первых мест занимают наличие, объем и состояние гостиничной инфраструктуры, уже существующей на данной территории. Эта информация представляет для инвесторов особый интерес. Регионы в целях повышения инвестиционной привлекательности и привлечения инвесторов стараются расширить объем доступной информации об их туристическом потенциале, в частности о туристической и гостиничной инфраструктуре, развивают региональные системы информации, создают специальные информационные центры [1].

Одним из важнейших источников информации о развитии гостиничной инфраструктуры должна стать формирующаяся в настоящее время **система классификации отелей**, введение которой имеет большое значение как для потенциальных инвесторов, так и для потребителей и для развития всей туристской инфраструктуры в стране. Правильно построенная, отлаженная и четко функционирующая система классификации отелей делает картину гостиничного хозяйства на определенной территории более прозрачной, дает потребителям и инвесторам доступ к необходимой и достоверной информации о категории средств размещения, о соответствии категории гостиниц установленным требованиям. Кроме того, классификация способствует развитию, повышению конкурентоспособности и привлекательности самих отелей.

Согласно исследованию, проведенному туристическим метапоиском tomondo, результаты которого опубликованы порталом «Рамблер/Путешествия», 91% путешественников из России заявили, что при выборе отеля ориентируются на его «звездность», при этом для 29% респондентов количество звезд играет весьма большую роль и лишь 7% опрошенных обычно не обращают на это никакого внимания [8]. Таким образом, для большинства потребителей «звездность» гостиниц является одним из определяющих факторов при выборе места размещения.

Институт классификации в настоящее время базируется на таких документах, как Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [9], приказ Министерства культуры РФ «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии» [4], постановление Правительства РФ «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» [3], приказ Министерства культуры РФ «Об утверждении порядка аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии» [5], и др.

Нормативным актом, непосредственно регламентирующим практическую деятельность по классификации гостиниц, является приказ Министерства культуры РФ № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии» [4]. Согласно приказу, определены шесть категорий гостиниц: «пять звезд», «четыре звезды»,

«три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд». Высшая категория — «пять звезд», низшая — «без звезд». Классификация проводится на основе экспертной балльной оценки, которая включает оценку как самих гостиниц и иных средств размещения и их номерного фонда, так и персонала, работающего в этих гостиницах. Требования и критерии балльной оценки для различных категорий гостиниц различны. По итогам оценки принимается решение об отнесении объекта к определенной категории и выдается соответствующее свидетельство.

Помимо категорий требования различны для гостиниц с разным количеством номеров (более 50, менее 50, менее 15); для гостиниц, расположенных в определенных местах или типах зданий, например курортные гостиницы, гостиницы, расположенные на территориях исторических поселений либо в зданиях, являющихся объектами культурного наследия.

Кроме категорий самих гостиниц установлены и категории номеров — от высшей до пятой — с соответствующими требованиями к ним. Причем для малых средств размещения, хостелов и т.п. требования по некоторым позициям ниже, чем для обычных гостиниц, а некоторые требования вообще не являются обязательными.

Следует отметить, что хотя новой системой классификации введена такая категория, как гостиницы «без звезд», что позволяет осуществлять классификацию таких отелей, как хостелы, мини-отели и т.п., но требования к таким средствам размещения прописаны недостаточно четко, не проработан механизм их классификации и пр.

Второй составляющей классификации средств размещения является оценка работающего в них персонала. Данный вопрос очень важен, так как в данной отрасли отмечается острая нехватка квалифицированных кадров всех уровней, а также недостаток профессионализма в управлении гостиничными объектами.

Оценка персонала гостиниц, как и оценка самих гостиниц, осуществляется экспертным путем и проводится посредством подсчета суммарного количества баллов, начисляемых в соответствии с критериями оценки как для руководителей и управляющих, так и для обслуживающего персонала. Суммарное количество баллов, которые должны быть получены, различается в зависимости от категории гостиницы: от 11 баллов для гостиниц «без звезд» до 26 баллов для гостиниц «пять звезд».

Требования для руководителей высшего и среднего звена включают наличие высшего профессионального образования, стаж работы на соответствующей руководящей позиции, переподготовку или повышение квалификации, уровень знания иностранного языка и др. Для обслуживающего персонала критериями оценки являются наличие среднего профессионального образования, знание иностранного языка для тех сотрудников, которые непосредственно контактируют с гостями, знание и соблюдение должностных инструкций, правил

внутреннего распорядка, стандартов предприятия и технологий обслуживания, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических норм и правил, правил пожарной безопасности, умение оказать первую помощь и др. [4].

Не совсем понятно, почему суммарное количество баллов не зависит от размеров классифицируемой гостиницы, ведь количество персонала в них разное. Этот вопрос требует решения. Кроме того, необходимы пересмотр и уточнение требований к персоналу в связи с разработкой Министерством труда и социальной защиты РФ новых профессиональных стандартов, часть из которых будет обязательна уже с 1 июля 2016 г. в связи с вступлением в силу поправок в Трудовой кодекс РФ [12]. С этого момента для некоторых видов профессиональной деятельности стандарты становятся обязательными, например, для руководителя гостиничного комплекса [7].

Поскольку число профессиональных стандартов увеличивается, потребуется периодический пересмотр требований к персоналу.

На наш взгляд, недостатком является отсутствие в требованиях по классификации гостиниц требований по безопасности¹. В то же время в этом же документе в требованиях к классификации горнолыжных трасс и пляжей установлено, что они «должны отвечать обязательным требованиям безопасности, подтвержденным заключением специализированных организаций» [4].

Между тем в последние годы отмечается усиление требований туристов по безопасности мест размещения, причем процесс этот развивается во всех странах. Итоги исследования компании Ipk International, проведенного в 2016 г. в 42 странах, в том числе в России, показали, что террористические акты и политические потрясения оказывают значительное влияние на выбор направлений для отдыха, а 40% туристов признались, что угроза терроризма влияет на их планы относительно путешествий².

Соответственно требуется внесение дополнений, касающихся вопросов безопасности мест размещения, включая разработку соответствующих требований и комплекса мер и механизмов их реализации.

Приказ содержит и другие недоработки. Недостаточная проработанность данного приказа и других нормативных правовых актов, наличие большого числа ведомственных актов, регулирующих данную сферу, приводят к проблемам и нарушениям в ходе практического осуществления классификации.

¹ К требованиям по безопасности гостиниц можно отнести только требование наличия охранной сигнализации, видеонаблюдения в общественных зонах и коридорах жилых этажей, которые предусмотрены только для категорий гостиниц 3*, 4* и 5*.

² <http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/36505.html>

Одной из самых острых проблем является качество классификации, достоверность ее результатов. Проверки, проведенные в различных регионах страны региональными и местными органами и органами антимонопольной службы, выявили многочисленные нарушения, наиболее существенным из которых является присвоение гостиницам категорий, не соответствующих фактическому состоянию средств размещения и качеству предоставляемых услуг.

Все эти недостатки ярко проявились в ходе классификации, осуществляемой в ходе подготовки к чемпионату мира по футболу 2018 г. Несмотря на то что классификация гостиниц и других средств размещения является добровольной, в ряде случаев она становится необходимой. Так, Федеральным законом от 1 декабря 2007 г. № 310-ФЗ [10] предусмотрено, что в связи с проведением Олимпийских зимних игр или чемпионата мира по футболу предоставление гостиничных услуг допускается лишь при прохождении классификации и наличии свидетельства о присвоении гостинице определенной категории. Это относится к таким городам, как Москва, Калининград, Санкт-Петербург, Волгоград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Сочи и др. Классификация гостиниц в этих местах проводится достаточно активно, так как средства размещения, не получившие свидетельства о прохождении классификации, начиная с 1 июля 2016 г. не смогут принимать гостей [11].

Однако, как показывает практика, сроки прохождения классификации существенно нарушаются. Согласно данным Федерального перечня туристских объектов, анализируемым ежемесячно, по состоянию на июнь 2016 г. в регионах проведения чемпионата мира по футболу-2018 классификацию прошли лишь 81,33% всех гостиниц (табл. 1).

Таблица 1

Данные о подготовке инфраструктуры коллективных средств размещения к чемпионату мира по футболу-2018 [10], по состоянию на июнь 2016 г.¹

Наименование субъекта РФ	Всего объектов	Добавлено за текущий месяц	Всего классифицировано объектов	Доля классифицированных объектов, %
Волгоградская область	323	0	193	59,75
Калининградская область	198	38	112	56,57

¹ В статистике учитываются опубликованные в Федеральном перечне объекты с действующими на конец отчетного периода свидетельствами. Основанием для публикации информации о классифицированных объектах в перечне (согласно приказу № 1215) является получение копии корректно выданного свидетельства Советом по классификации.

Окончание табл. 1

Наименование субъекта РФ	Всего объектов	Добавлено за текущий месяц	Всего классифицировано объектов	Доля классифицированных объектов, %
Краснодарский край	3058	676	3058	100
Москва (регион)	495	120	468	94,55
Нижегородская область	285	49	123	43,16
Республика Мордовия	39	4	20	51,28
Республика Татарстан	359	78	204	56,82
Ростовская область	278	51	118	42,45
Самарская область	304	56	135	44,41
Санкт-Петербург (регион)	333	126	326	97,9
Свердловская область	270	16	76	28,15
Всего	5942	1214	4833	81,33

Из таблицы видно, что наибольшее число гостиниц, прошедших классификацию, в Краснодарском крае — 100%, в Санкт-Петербурге — 97,9% и в Москве — 94,55%. В то же время в Свердловской области классификацию имеют менее трети гостиничных объектов — 28,15%, а в Ростовской, Нижегородской и Самарской областях — менее половины (44,41%, 43,16%, 42,45% соответственно).

К 20 июля 2016 г. положение несколько изменилось: в целом по России классификацию прошли 88,33% гостиниц и других средств размещения. При этом в Москве, Санкт-Петербурге и Краснодарском крае классифицировано 100% объектов, большинство регионов перешли планку в 60%, два отстающих региона — Ростовская область (47,48%) и Свердловская область (37,41%).

В связи со сложившейся ситуацией были приняты поправки в федеральный закон, предусматривающие ряд послаблений. Так, дано еще полгода на завершение процесса классификации — конечный срок в городах и регионах, принимающих матчи FIFA, перенесен с 1 июля 2016 г. на 1 января 2017 г.

Кроме того, исключена норма, в соответствии с которой классификацию в регионах, где будут проходить матчи, должны были пройти

все гостиницы и другие средства размещения. Это требование будет действовать только для Москвы и Санкт-Петербурга. Во всех других регионах, принимающих чемпионат, требование обязательной классификации к указанному сроку будет распространяться только на отдельные муниципальные образования, на территориях которых расположены гостиницы и другие средства размещения для ЧМ-2018. Список таких муниципальных образований утверждается высшим исполнительным органом государственной власти соответствующего субъекта РФ [13].

Смягчение условий проведения классификации, изменение сроков ее проведения свидетельствуют о недостаточной проработанности принятого ранее закона и подзаконных актов, принятых в субъектах РФ, о плохой организации процесса классификации в регионах, а также о низкой исполнительской дисциплине на местах. Здесь нельзя не напомнить о том, что перенос сроков классификации, установленный ФЗ № 266, не первый: ранее они уже переносились, когда многие отели не успели пройти классификацию к 1 июля 2015 г.

Другая группа нарушений — это недостаточное качество классификации: полученные «звезды» не всегда соответствуют фактическому состоянию средств размещения.

Например, в Сочи в 2015 г. Министерством курортов и туризма Краснодарского края совместно с департаментом олимпийского наследия, управлением Роспотребнадзора по Краснодарскому краю, администрацией города и аккредитованными организациями была проведена проверка фактического состояния гостиниц и других средств размещения. В ходе мониторинга были выявлены несоответствия требованиям системы классификации в ОАО «Роза Хутор» и НАО «Красная Поляна», категории которых по результатам проверки были переоценены. 48 средств размещения, где были обнаружены существенные нарушения, лишены свидетельства о присвоении категории. Кроме того, были выявлены 19 гостиниц, осуществлявших свою деятельность без свидетельства о присвоении категории. По этим средствам размещения прокуратура и территориальный отдел управления Роспотребнадзора будут принимать соответствующие меры.

Кроме того, в 2015 г. в Сочи была проведена дополнительная проверка качества услуг, предоставляемых гостиницами, уже получившими «звезды», по системе «Тайный покупатель». В результате проверки из 85 гостиниц Сочи, прошедших классификацию, 20 гостиниц, т.е. примерно 25% проверенных, показали несоответствие присвоенной категории (количества «звезд») качеству предоставляемых услуг¹.

В Санкт-Петербурге управлением Федеральной антимонопольной службы в 2015 г. было выявлено, что категории («звезды»), присвоен-

¹ <http://hotelier.pro/news/item/965-sochistars>

ные 11 гостиницам города, не соответствовали фактическому положению и их состоянию. Были возбуждены антимонопольные дела¹.

Начался процесс классификации и в тех регионах и городах, которые не будут участвовать в проведении чемпионата мира по футболу в 2018 г., и, следовательно, не подпадают под обязательную классификацию до 1 января 2017 г. Однако, поскольку классификация осуществляется в добровольном порядке, процесс идет довольно вяло. Кроме того, практика показала, что не все гостиницы готовы к новым требованиям.

Вероятно, этот процесс ускорится с практическим введением обязательной классификации, которая фактически уже закреплена законодательно постановлением Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации» [3]. Пункт 5 этого документа гласит, что предоставление гостиничных услуг допускается только при наличии свидетельства о присвоении гостинице соответствующей категории, предусмотренной утвержденной системой классификации, в случае если в соответствии с законодательством Российской Федерации такое требование вводится для отдельных субъектов или на всей территории РФ [3]. Однако в данный момент это требование распространяется только на гостиницы, расположенные в регионах проведения чемпионата мира по футболу 2018 г., о чем уже сказано выше.

Министерством культуры РФ подготовлен и в настоящее время обсуждается проект федерального закона, закрепляющий введение обязательной классификации [6]. Текст проекта внесен в Государственную думу РФ и уже прошел процедуру общественного обсуждения и антикоррупционной экспертизы.

Проектом предусмотрено, что категория, используемая гостиницей и иным средством размещения в своей деятельности и рекламе, должна будет соответствовать категории, указанной в свидетельстве о присвоении гостинице и иному средству размещения соответствующей категории, а вся информация о присвоении категории должна будет доводиться до потребителей в наглядной и доступной форме.

Согласно проекту, обязательная классификация будет вводиться постепенно. Конечные сроки ее будут определяться в зависимости от размеров гостиниц и других средств размещения. Самый ранний конечный срок обязательной классификации установлен для крупных средств размещения с номерным фондом более 50 номеров. Срок классификации для них предполагается установить до 1 января 2018 г. Для гостиниц с номерным фондом 15–50 номеров классификация должна быть завершена до 1 января 2019 г. Самый большой срок установлен для не-

¹ <http://hotelier.pro/news/item/824-fas>

больших гостиниц с номерным фондом менее 15 номеров. Для них классификация должна завершиться к 1 января 2020 г.

Таким образом, обязательная классификация, предусмотренная постановлением Правительства РФ № 1085, с принятием нового закона будет перенесена на более поздний срок.

По нашему мнению, перенос сроков обязательной классификации является положительным моментом. Ускоренное принуждение отельеров к данному процессу является неоправданным. Гостиничный бизнес находится в стадии развития, многие объекты еще не отладили до конца организацию своей деятельности, не все из них точно соответствуют критериям той или иной категории. Собственники сами заинтересованы в том, чтобы организовать свой бизнес наилучшим образом и получить именно те «звезды», которые они планируют. Нужно дать им возможность и время самим прийти к необходимости классификации. Потребители же заинтересованы получить как качественные услуги, так и качественную и достоверную информацию о том или ином средстве размещения. Это требует проведения качественной классификации, что в настоящее время сдерживается из-за отсутствия необходимого числа аккредитованных организаций и квалифицированных экспертов.

Поэтому, при всей важности и необходимости введения обязательной классификации, процесс должен идти без излишней спешки, по мере развития гостиничного рынка. Введению обязательной классификации должно предшествовать решение тех вопросов, о которых мы говорили выше и без решения которых невозможно создание полноценной системы классификации. Это позволит не только совершенствовать систему классификации, но и является обязательным для перехода всей гостиничной отрасли на новый качественный уровень.

Качество классификации во многом зависит от квалификации и ответственности специалистов, ее осуществляющих, а также от меры ответственности аккредитованных организаций, в которых работают эксперты. Согласно Порядку классификации, объективность классификации и ее достоверность обеспечиваются аккредитованными организациями. Проблема ответственности организаций и экспертов является одной из главных проблем классификации и тесным образом связана как с недостаточным количеством таких организаций, так и с отсутствием необходимого числа самих экспертов. Так, по состоянию на конец июля 2016 г. Федеральный перечень туристских объектов включал 81 аккредитованную организацию.

Помимо того, что число таких организаций в настоящее время недостаточно, требования к ним проработаны не в должной мере, фактически нет мер и механизмов ответственности этих организаций за некачественное проведение классификации.

В 2015 г. в России в соответствии с приказом Минкультуры России № 1340 вступил в действие новый «Порядок аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы, пляжи». Изменения, введенные данным приказом, направлены на усиление требований как к самим организациям, так и к экспертам, непосредственно осуществляющим классификацию, что в целом должно повысить их ответственность и качество работы.

Существенным изменением в порядке аккредитации организаций, занимающихся классификацией, предусмотренным новым документом, стало то, что организация может получить аккредитацию только в том регионе, где она зарегистрирована как юридическое лицо. Аккредитация осуществляется органами государственной власти субъектов РФ. До принятия приказа аккредитация выдавалась в любом регионе и даже в нескольких регионах независимо от места регистрации.

С принятием нового документа все свидетельства об аккредитации, которые ранее были выданы в других регионах (помимо региона регистрации), утратили свою силу. Это может привести к сокращению и так небольшого числа аккредитованных организаций. Организации, претендующие на получение аккредитации, вместе с заявкой направляют в уполномоченный орган, помимо перечня объектов, сведения о разработанной и внедренной системе качества проведения работ по классификации объектов туристской индустрии, о системе учета и документирования, утвержденные правила ведения делопроизводства и др.

К усилению требований к аккредитованным организациям можно отнести и сокращение срока действия свидетельства об аккредитации с 5 лет до 3 лет, и усиление требований к экспертному совету. В частности, с 2 до 3 человек увеличено минимальное число экспертов. Кроме того, согласно новым правилам хотя бы один эксперт должен работать по трудовому договору, тогда как до этого все эксперты могли осуществлять свою деятельность по гражданско-правовому договору.

Как мы уже отмечали, существенной проблемой при осуществлении классификации является отсутствие необходимого числа экспертов. Даже в Москве, где сосредоточено их большое число, каждый из экспертов имеет очень большую загрузку. Что же касается других городов и регионов, то здесь проблема кадров, способных проводить классификацию, стоит весьма остро.

Новый порядок аккредитации еще более усугубляет эту проблему, хотя направлен на повышение качества классификации. Так, документ определяет, что в организации должны работать не менее трех специалистов, имеющих стаж практической работы в области классификации объектов туристской индустрии не менее трех лет, высшее образование

по направлениям «Туризм» или «Гостиничное дело» либо непрофильное высшее образование и дополнительное образование по программе «Классификация объектов туриндустрии», полученное в течение пяти предыдущих лет.

Проблема кадров, способных качественно осуществлять классификацию, стоит весьма остро и в настоящее время, а введение новых требований к экспертам потребует построения системы подготовки и повышения квалификации специалистов в этой области, наличия организаций, занимающихся их подготовкой; разработки единой методики и программ подготовки специалистов и др. Возможно, необходимо расширить списки специальностей в вузах в части подготовки экспертов по классификации средств размещения.

Большие недоработки в системе классификации имеются в отношении отелей экономкласса: мини-отелей, хостелов и др. Качественные и недорогие отели являются одной из тенденций развития гостиничного бизнеса, спрос на них постоянно растет, опережая предложение. Несмотря на это, данный сектор наименее институционально оформлен, что существенно затрудняет решение многих вопросов его деятельности, в частности вопросов, связанных с классификацией. К тому же значительная часть их все еще не соответствует современным стандартам качества. В частности, многие хостелы работают по «серым» схемам, без регистрации, в квартирах жилых многоквартирных домов и с многочисленными нарушениями. Безусловно, такие «отели», которые не соблюдают норм законодательства, в частности Гражданского кодекса РФ, Жилищного кодекса РФ, ФЗ о санитарно-эпидемиологическом благополучии населения и др., не подлежат никакой классификации до принятия законодательных и нормативных правовых документов, регламентирующих их деятельность [2].

С другой стороны, в последние годы появляется все больше гостиниц этого сектора, уровень которых не только вполне соответствует европейскому, но в некоторых случаях даже выше. Причем речь идет о легальных, зарегистрированных и работающих по всем правилам хостелах и гостиницах. Эти отели, конечно же, должны подпадать под общую классификацию и получать определенную категорию.

Согласно п. 2 новых Правил предоставления гостиничных услуг, утвержденных Правительством РФ в 2015 г. [3], регулируется деятельность всех гостиниц и иных средств размещения, за исключением молодежных туристских лагерей и туристских баз, кемпингов, детских лагерей, ведомственных общежитий, помещений, сдающихся внаем, а также мест в железнодорожных спальнях вагонов. Таким образом, Правила определяют, что все гостиницы этого класса должны работать по общим нормам, установленным для всех гостиниц без исклю-

чения, включая все малые средства размещения с номерным фондом не более 50 номеров (п. 3).

Однако в действующем порядке классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, утвержденном в 2014 г., не в полной мере отражены вопросы классификации гостиниц этого сектора. В частности, требования, определенные приказом № 1215, вообще не содержат такую категорию, как мини-отель, хостелы же упоминаются только в ремарках к требованиям. Хотя, как уже отмечено выше, системой классификации введена новая категория «без звезд» и в требованиях содержатся позиции, касающиеся непосредственно малых средств размещения, мини-отелей и хостелов, необходимы разработка дополнений, определяющих требования к таким средствам размещения, и четкий механизм их классификации.

При совершенствовании системы классификации необходимо также предусмотреть введение определенных поправок и дополнений, связанных с изменениями в самом гостиничном бизнесе.

В частности, в последнее время отмечается тенденция к ориентации гостиничного бизнеса на конкретные клиентские целевые группы: бизнес-клиентов, группы туристов из определенных стран, туристов определенных конфессий и др. Требования этих целевых групп к размещению, помещениям, оборудованию, обслуживанию должны быть обязательно учтены при классификации гостиниц.

Так, в течение нескольких лет Ассоциация делового туризма осуществляет аккредитацию гостиниц по системе для бизнес-клиентуры и по организации конгрессного туризма. В настоящее время такую аккредитацию прошли более 20 гостиниц. Аккредитация проводится в соответствии с международными стандартами, требованиями к гостиницам бизнес-класса и гостинично-конгрессным комплексам.

В последнее время одной из главных целевых аудиторий гостиничной индустрии становится поколение Y (так называемые «миллениалы»). Представителям этого поколения требуется особое, персонализированное и высокотехнологичное обслуживание, но по разумным ценам. У них собственные требования к общественным пространствам в отелях — лобби, ресторанам, барам и пр. Это, с одной стороны, должно учитываться при проектировании гостиничных пространств, с другой — входить в требования при классификации отелей, ориентированных на таких гостей.

Существенные изменения в гостиничном бизнесе происходят в связи с перераспределением въездных туристских потоков из различных стран. Так, отмечающееся в последние годы значительное увеличение туристов из Китая заставляет все больше гостиниц в разных городах

России присоединиться к программе China Friendly¹. К 2016 г. сертификат программы получили более 30 отелей в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Краснодаре, Твери, Ульяновске, Владивостоке, Волгограде и др. Как правило, это гостиницы, прошедшие процедуру по государственной системе классификации объектов туристской индустрии и получившие свидетельство о присвоении им определенной категории. Для удобства своих гостей все отели China Friendly имеют сотрудников с китайским языком, платежную систему UnionPay, бесплатный Wi-Fi, доступ к горячей кипяченой воде, привычные для туристов из Китая тапочки и ванные принадлежности, а также переходники для розеток, соответствующие китайскому образцу, включение в меню блюд китайской кухни и пр. Участниками программы помимо гостиниц становятся рестораны, торговые дома, музеи и другие объекты.

С увеличением числа туристов из мусульманских стран и регионов России все большее развитие получает еще одна добровольная система — Halal Friendly. Только в Москве 5 гостиниц — «Метрополь», Azimut, «Аэростар», «Альфа» и «Царицыно» — уже прошли аккредитацию на соответствие требованиям этой системы. Программа проработана и согласована с руководством муфтията, утверждены стандарты. Гостиницы системы Halal Friendly открываются в Казани, Уфе и других городах.

В настоящее время сертификация подобных гостиниц осуществляется ими на добровольной основе и не имеет единых стандартов. По нашему мнению, процесс этот должен быть более стандартизован, а комплекс требований (хотя бы минимальный) разработан с участием бизнес-сообщества, туристических организаций и представителей отельеров и, по возможности, представителей туристов той или иной категории. Данная процедура сертификации должна дополнять и стать неотъемлемой частью общей классификации гостиницы в случае, если она предполагает обслуживание определенных групп туристов.

С развитием гостиничного рынка растет не просто спрос, а спрос на гостиницы, предоставляющие качественные услуги. Поэтому гостиницы все большее внимание уделяют повышению уровня сервиса и расширению списка предоставляемых услуг, реализации различных программ лояльности. В гостиницах, расположенных в курортных местах, расширяется формат all inclusive.

Как результат, уровень сервиса в российских гостиницах поступательно растет. По итогам совместного исследования Revinat и Colliers International, основанного на анализе обзоров более чем 4600 отелей Ев-

¹ Программа China Friendly запущена туристической ассоциацией «Мир без границ» в 2014 г., а в 2015 г. получила свидетельство о государственной регистрации.

ропы, размещенных на сайтах TripAdvisor.com, Booking.com, Expedia.com, Hotels.com и др., гостиницы Москвы заняли второе место в рейтинге европейских отелей, набравших наибольшее количество положительных отзывов от туристов со всего мира¹.

Расширение спектра и объема услуг, предоставляемых гостиницами, и повышение их качества требуют включения соответствующих вопросов в систему классификации гостиничных объектов.

Все сказанное выше свидетельствует, что классификация средств размещения, являющаяся важным шагом на пути совершенствования гостиничной инфраструктуры, в настоящее время имеет ряд недостатков, мешающих полноценной и объективной оценке гостиничных объектов. Рассмотренные проблемы носят институциональный характер и требуют совершенствования и развития соответствующих институтов: классификации, сертификации, подготовки кадров, ответственности и пр.

Однако, несмотря на существующие проблемы, процесс классификации заставляет гостиницы прийти к определенным стандартам, способствует устранению нарушений и недоработок, повышает качество гостиничного фонда и гостиничных услуг, способствует открытой конкуренции гостиниц.

Являясь важным инструментом развития гостиничного бизнеса, сама система классификации не является чем-то неизменным. Запросы и требования клиентов не только постоянно растут, но и периодически меняются, диктуя свои условия и влияя на появление новых показателей и критериев классификации. В связи с этим необходимы периодический пересмотр и совершенствование как критериев оценки, так и объектов, включаемых в классификацию, и процедурных моментов. Кроме того, должны периодически проверяться и данные о соответствии полученной категории фактическому положению.

В связи с тем, что сам гостиничный бизнес в России, с одной стороны, находится в стадии становления и развития, а с другой — институциональное обеспечение его недостаточно, необходимым представляется разработка целого комплекса документов по регулированию этого бизнеса. Действующие в настоящее время многочисленные нормативные акты, изданные различными ведомствами, часто плохо между собой согласуются либо находятся в противоречии.

Основной комплекс документов в области развития и деятельности гостиничного бизнеса должен стать отдельный федеральный закон, регулирующий эту сферу. Все остальные законодательные и нормативные документы должны разрабатываться в рамках этого закона.

¹ <http://www.colliers.com/ru-ru/moscow/insights/market-news/2016/160629-hotels-moscow>

Все это в целом позволит повысить конкурентоспособность и качество туристских услуг и привлекательность туристских объектов, будет способствовать увеличению туристских потоков и развитию внутреннего и въездного туризма.

Литература

1. *Жданчиков П. А.* Развитие системы туристских информационных центров в российских регионах // Региональная экономика: теория и практика. — 2015. — № 25 (400).
2. *Полянская Е. Е.* Институциональные проблемы развития отелей эконом-класса // Социально-экономические и правовые проблемы повышения эффективности российской экономики: Межвузовский сборник научных статей. Выпуск 3 / Под ред. А. П. Сысоева, М. С. Халикова, А. И. Усова. — М.: Университетская книга, 2016. — С. 278–302.
3. Постановление Правительства РФ от 9 октября 2015 г. № 1085 «Об утверждении Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации».
4. Приказ Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями».
5. Приказ Министерства культуры РФ от 29 апреля 2015 г. № 1340 «Об утверждении порядка аккредитации организаций, осуществляющих классификацию объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи».
6. Проект закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» в целях совершенствования правового регулирования оказания гостиничных услуг».
7. Профессиональный стандарт «Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц». Утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. № 282н.
8. Рамблер/Путешествия, ТАСС. URL: <http://hotelier.pro/news/item/1352-stars>
9. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в ред. от 29 июня 2015 г. № 155-ФЗ, от 5 апреля 2016 г. № 104-ФЗ).
10. Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. № 310-ФЗ «Об организации и проведении XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в городе Сочи, развитии города Сочи как горноклиматического курорта и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», Федеральный закон от 7 июня 2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
11. Федеральный закон от 7 июня 2013 г. № 108-ФЗ «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA

- 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
12. Федеральный закон от 2 мая 2015 г. № 122 «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации и статьи 11 и 73 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации».
 13. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 266-ФЗ «О внесении изменений в статью 1 Федерального закона «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» и Федеральный закон «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
 14. Федеральный перечень туристских объектов. Отчет о подготовке инфраструктуры коллективных средств размещения к чемпионату миру по футболу-2018. — М., 2016.
 15. *Шерешева М. Ю., Полянская Е. Е.* Развитие гостиничного бизнеса в регионах России // Финансы и кредит. — 2016. — № 2. — С. 37–45.
 16. *Balaeva O., Burnatseva E., Predvoditeleva M., Sheresheva M., Tretyak O.* Network strategies of hospitality companies in emerging and transitory economies: Evidence from Russia // Service Science Research, Strategy and Innovation: Dynamic Knowledge Management Methods, N. Delener (ed.), State University of New York, OW, U.S.A., 2012. — P. 519–546.
 17. *Sheresheva M., Kopiski J.* The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. — 2016. — Vol. 8. — № 3. — P. 260–272.
 18. *Sheresheva M., Matveev N., Polyanskaya E.* The Russian hospitality market: what is the basis for success in a challenging environment? // Worldwide Hospitality and Tourism Themes. — 2016. — Vol. 8. — № 3. — P. 310–326.
 19. UNWTO. Tourism highlights. 2015 Edition.

СУДЬБА — УСАДЬБА (СМЫСЛОВОЕ И СТРУКТУРНОЕ ЕДИНСТВО)

*Г. С. Сологубова,
К.Э.Н.,
Санкт-Петербургский
государственный экономический университет*

По Ленинградской области разбросаны сотни прекрасных дворянских усадеб — величественная архитектура, некогда образцовые парки и сады (табл. 1). Сегодня большая часть имений находится в упадке, а процесс их разрушения носит необратимый характер. Часть памятников еще можно спасти, но на помощь им никто не спешит. Представители Комитета по культуре области, Управления Росимущества, районные власти, а также главы поселений собирают конференции для обсуждения опыта по сохранению и использованию исторических усадеб, организуют пресс-туры «Сегодняшний день дворянских усадеб», рассматривают возможность приватизации заброшенных усадеб и оценивают инвестиционную привлекательность «руинированного» величия.

Богатейший пласт российской истории — усадьбы, поместья, дачи — стал зоной культурного бедствия. Размеры этой беды не берутся оценить даже многие специалисты (А. Марголис¹). Представляется, что проще узнать, сколько загородных комплексов было на территории столичной губернии к началу 1917 г. (краеведы указывают на количество более 2,5 тыс.), чем выяснить, сколько их осталось. Любительские списки включают около сотни усадеб, однако хозяйские дома сохранены лишь в половине из них. Остальное — руины, пожарища, а то и только топонимы [2].

¹ Александр Давидович Марголис, петербургский историк, краевед, общественный деятель, с 1980-х гг. один из лидеров движения за спасение и возрождение памятников истории и культуры города, участник разработки планов реконструкции петербургского исторического центра (*примеч. автора*).

Таблица 1

Сохранившиеся усадьбы — памятники Гатчинского района

Усадьбы Гатчинского района	Знаменитые владельцы, гости архитекторы, гости	Природная одаренность	Памятники архитектуры, паркового дизайна	Примечания
Сиверский Дачный парадиз	Барон Яков Сиверс. Владимир Фредерикс	Охотничьи уголья. Реки не судорожны, но редко жито живописны, особенно Орележ с берегами цвета запекшейся крови	Первая доходная дворянская усадьба Разведение картофеля. Пейзажный парк с липовыми и дубовыми аллеями. Превосходная псарня и зверинец. Мельница. Девять прекрасных дач [8]	Место отдыха творческой интеллигенции
Белогорка, в топониме «Белая-горка»	Предводитель уездного дворянства Ф. Бель, Кулпы Елисейевы	Геологический памятник — обнажения денонских песчаников. Родники в береговых скалах реки Орележ	Липовая аллея. Парк, посаженный удивительным способом — кроной вниз ¹ . Никольская церковь. Дворец в стиле модерн (1912)	Несколько роскошных дач именитых владельцев располагались у Строганова моста, в районе усадьбы Александра Елисейева «Белогорка» в деревне Старо-Сиверская (данные гатчинского краеведа А. В. Буракова) [1]

¹ «В эпоху модерна так формировали необычного вида деревья. У саженцев обрезали корни и ветки и сажали их наоборот. Крона проращивалась в корни, и таким образом возникала корневая мочка, которая давала форму взрыва. Если у лиственных выживает один из 50 саженцев, то ель отродится одна на тысячу, поэтому создание такого парка требовало громадных усилий» [10].

Усадьба Набоковых в Рождестве	Владимир Набоков. Золотопромывальники Рукавишниковы	Место владения в реку Оредеж реки Грязны. Такое название река получила потому, что вода в ней темного цвета из-за пород, образующих дно	Дом Набоковых — редкий памятник классицизма, исполненный в дереве. Аллеи и ряды великостволых лип, дубов и берез, лужайки. Каскад прудов и искусственный «Парнас»	Картины усадебного быта нескольких именитых семей Набоковых-Рукавишниковых оживают на страницах его романа «Другие берега». Музей в Рождестве создан по программе «Пушкин и современность»
Усадьба Демидовых в Тайцах (1774—1780)	Наталья Романова. Абрам Ганнибал. Горнозаводчик Александр Демидов. Архитектор Иван Старов. Римский-Корсаков написал Третью симфонию. Борис Пастернак	Поселок расположен в северной части Гатчинского района, в 33 км к югу от Санкт-Петербурга на окраине Ижорской возвышенности, богатой ключевыми водами. В 1743 г. выявилась ценность находящихся на территории поместья подземных источников, особенно Березовских ключей	Ландшафтный парк с «Готическими воротами» (конец XVIII в.) и водопадом. В парке сложная система прудов, озер и каналов. Церковь святителя Алексия, митрополита Московского (1915 г., архитектор А. Экскульвич) в стиле модерн. Главный дом усадьбы «Большие Тайцы»	Название поселка Тайцы происходит от местного термина «тайцы» — воды, таящиеся в недрах земли. Объект включен в 1990 г. в список всемирного наследия ЮНЕСКО
Усадебно-парковый комплекс Гостилицы (26 объектов)	Каменный дворец был создан Бартоломео Франческо Растрелли. Дворяне Разумовские. Александр Потемкин	Деревня находится на Балтийско-Ладожском уступе — глинтге, частью которого является находящаяся рядом с деревней гора Колокольня (105,3 м)	Церковь Святой Троицы построена на средства последнего гетмана Украины К. Г. Разумовского, лагуруется 1764 г. Изюминка главного дома — полуротонда в центре здания, являющаяся популярным мотивом классицизма. Сады и парки (дворцово-парковый ансамбль с каскадами, горбатыми мостиками)	Гостилицы также известны под названиями Медвежий конец и Медвежий угол

Рефлексия на исторические судьбы русских усадеб, поместий и дач могла бы помочь возрождению былого величия этих мест и их значения в жизни нации, воспитанию такого патриотизма, который был свойственен эмигрантам первой волны.

Любовь к России те люди сумели передать своим правнукам. Сила такой любви в привязанности к своей земле, к своему образу жизни. Из ярких описаний современников «дачного прозябания» рисуется картина нравов и обычаев людей разных сословий, населявших Петербург на рубеже XIX и XX вв. Именно это «прозябание»: гулянья, посиделки, праздники — общее время — сама жизнь (красота жизни) — стало нерушимым фундаментом верности своему Отечеству. Основанное на человечности, скрепленное любовью чувство сопричастности каждого к своей земле, к своей стране актуализировало самореализацию личности.

«Обитатели Старой деревни наполовину рыболовы и охотники до экскурсий на лодках. Они шеголяют друг перед другом гичками, рыболовными принадлежностями, купленными в английском магазине, эксцентричными костюмами. Многие держат здесь как верховых, так и упряжных лошадей, коляски и выезжают по вечерам на елагинский пуант» (Лейкин, 1912) [5].

И только очень богатые купцы из Перинной линии могли позволить себе жить в Павловске на даче рядом с генералом и «ежедневно дразнить генеральшу своими тысячными рысаками» (Лейкин, 1912) [5].

«Любовь к природе, к деревьям, к цветам означает уже некоторую степень образованности, а возможность иметь два дома или две квартиры есть доказательство довольства. Этот вкус к дачам произвел новый город: летний Петербург. Пустые места и болота заселились и украсились прелестнейшими домиками и садами. Дачи прибавили в С.-Петербурге по крайней мере четвертую часть цены на все товары, на квартиры и на труд ремесленников и убавили по крайней мере два месяца времени из нашего делового календаря. На даче более естся, более спится, более гуляется — и менее работается» (Булгарин, 1837) [5].

Крупный план судьбы русской усадьбы наполняет чувством фатализма и неизбежности возрождения загородной жизни — добро побеждает зло.

Оредежский край и особенно район Сиверской, расположенный на высоте около 107 м над уровнем моря, известен целительным воздействием своего климата. В конце XIX — начале XX в. здесь поправляли здоровье многие именитые дачники из Санкт-Петербурга [1].

Дачному буму, охватившему Санкт-Петербург на рубеже веков, посвящены великие произведения Ф. Достоевского и А. Чехова. Серебряный век и его творческая интеллигенция в лице А. Ахматовой,

А. Блока, Д. Мережковского и А. Майкова подарили Сиверскому литературную традицию и дачную историю. Великолепная природа края воспета в полотнах И. Шишкина. Шесть летних театров, функционировавших на этой территории, дополняли статус «Дачной столицы» [9].

Жизнь в то время в этом месте кипела [1]. Обустраивали «семейные гнезда», возводили каменные храмы, строили ГЭС, разводили продуктивные голландские породы коров, создавали садовые хозяйства, цветники, оранжереи, разбивали парки, устраивали сельскохозяйственные выставки, организовывали общества птицеводов, строили фермы и заводы, развивали новое направление в архитектуре — «русский модерн». Уклад жизни отличался высоким уровнем ведения хозяйства. Количество уникальных образцов усадебного строительства России эпохи модерна свидетельствует о наличии благоприятных экономических условий и избытке творческих предпосылок (количество переходит в качество).

После 1917 г. имения, усадьбы, дачные поселки подлежали национализации. В них организовывали коммуну, затем совхозы, сельскохозяйственные исследовательские станции. Господские дома становились прибежищем петроградских беспризорников, затем — местом базирования первых пионерских лагерей, научными лабораториями, больницами, тракторными станциями [10].

Во время Отечественной войны 1941–1945 гг. дома и замки использовались для обустройства военных штабов противника [1]. Во время отступления фашисты губили усадьбы, нещадно сжигая их [2].

Дальнейший исторический период, приближающийся к современности, на судьбе большинства русских усадеб и поместий оставил след опустошения, бесхозности, разорения.

Общее время — время общей жизни, — претерпевая идеологические изменения сознания, тем не менее возвращает нас к проблемам совести и нравственности в экономике и социальной сфере. Вновь заговорили о нравственной экономике и человеческих отношениях. Актуальным становится вопрос о целесообразности повсеместной и комплексной реконструкции разрушенных усадеб.

Поиск путей, ведущих к разумному, доброму, вечному по-прежнему не дает однозначного ответа на вопрос о целесообразности повсеместной и комплексной реконструкции разрушенных памятников. Дискутируется ценность такой работы с позиций исследовательской предпроектной работы по установлению архитектурно-планировочных параметров памятников и качества предметного мира, включающего окружение и наполнение внутренних помещений. Много споров вызывает атрибутирование текущего и исторического состояния объектов. Точность исторического атрибутирования состояния памятника в тот

период, который, собственно, и делает здание, территорию, помещение памятником истории, архитектуры, культуры, влечет за собой необходимость совпадения (хотя бы в пределах полувека) с исторически точными ландшафтами установленной для памятника охраняемой территории. Сложность исполнения таких требований приводит к неоднозначности «правильных» и «неправильных» решений [3].

Концентрируя внимание на историческом знании предмета (сфера музейного дела), часто оставляют в стороне планы воссоздания хозяйственного комплекса усадеб. Но ведь каждой усадьбе принадлежали пахотные земли, крепостные крестьяне, многочисленные производства (кузницы, керамические мастерские, стеклодувные печи), хозяйственные постройки (теплицы, винокурни, винные погреба, конюшни), ландшафтные парки, фруктовые сады, живописные дендрарии. Хозяйственная жизнь усадеб обеспечивала благополучие ее обитателей, расцвет творческого созидательного потенциала и питала ощущение всеобъемлющей достаточности.

На наш взгляд, наличие финансирования (благоприятный исход при поиске инвестора) не является определяющим условием успешной реконструкции. Для этого нужны личности, способные к творческому акту, обладающие творческой волей и желанием воплощения своих художественных идей. Творчеству чужда суэта, тем более меркантилизм. Но именно эти обстоятельства зачастую доминируют в современном мире.

Приложения исследователя

Векторы отношений с частными инвесторами

1. Появление «большого синего забора», за который зайти уже никто не может.
2. Там, где пускают за забор, требуют значительной платы. Предпринимателя историк понимает: чтобы содержать такой дом, нужны деньги. Высокие цены на «доступ» не способны покрыть затрат на восстановление и содержание усадьбы, зато лишают студентов возможности приобщиться к истокам культурного наследия, к той самой национальной идентичности, самобытности.
3. Льгот для инвестирующих в русскую усадьбу нет.
4. Помощи в сокращении затрат на восстановительные работы нет.
5. Есть предложение раздать инвесторам десятки усадеб Ленинградской области, которые имеют «приличную территорию для развития» и могут стать «либо загородными резиденциями крупных компаний, либо возрожденными родовыми именами» [2].
6. Отсутствуют механизмы приватизации памятников.

7. Отлаженно работают механизмы исключения памятников из списка объектов культурного наследия¹.
8. Непрозрачность учета. Аналитика о состоянии всего массива региональных памятников, а также информация статистического характера никогда гласности не предавалась. Как организована и как проходит инвентаризация объектов, работа над списками, какое количество объектов охвачено охранными обязательствами и имеет проекты реставрации — неизвестно [10].
9. Наличие проекта не спасает от приоритета «морали прибыли» [7] в тендерах по ФЗ «О госзаказе».
10. Общественность не знает ни одного сюжета борьбы чиновников за спасение погибающего памятника [10].

Способы распределения земли

1. Возможность приватизации.
2. Долгосрочная аренда.
3. Купля/продажа межеванной земли.
4. Незаконная застройка.

Векторы атрибутивного использования земли (по назначению)

1. Реставрация и сохранение памятников.
2. Строительство загородных резиденций крупных компаний.
3. Возрождение родовых имений.
4. Позиционирование объектов туристского (рекреационного) интереса.
5. Развитие потенциалов внутреннего туризма²: историко-культурного, природоориентированного.
6. Создание образовательных и культурных центров.
7. Возрождение «Дачного образа жизни», «Дачной традиции», «Новое дачное освоение».

Интерпретация общего времени (красоты жизни) — организация отдыха в дачных поселках

Список событий дачной жизни составлен по материалам документального свидетельства тех самых дачников [6], (табл. 2). В основу списка положен порядок функционального назначения событий.

¹ Исторический парк площадью 7 га вблизи деревни Гомонтово в Волосовском районе Ленинградской области, некогда принадлежавший баронессе Велио, в соответствии с Генпланом предназначен для жилищного строительства. «...Парк уже подготовлен под строительство коттеджей: проведено межевание, территория разделена на 12 частей, вырублено около 30 вековых деревьев» [4].

² «Для начала поездки по «дворянским гнездам» смогут заинтересовать краеведов, студентов и школьников из нашей области и соседних регионов» — из интервью областной администрации [2].

Таблица 2

Дачный быт Петербурга в начале XX в.

<p align="center">Анимационная активность <i>Для всех</i></p>	<p align="center">Особенности</p>
<p>Организовывали коллективные игры подростков: «потешные полки», «солдатики», «казачьи разбойники»</p>	<p>Продавали: игрушечные ружья, сабли, обмундирование, головные уборы, погоны, награды, горны, барабаны</p>
<p>Проводили марши по улицам дачного поселка. Разбивали палаточные лагеря, где обучали военному делу, переправе через реку</p>	
<p>Проводили спортивные мероприятия: игры в футбол, лодочные катания, купание на пляжах и закрытых купальнях, рыбная ловля, верховая езда, дальние поездки на велосипедах, походы за грибами, ягодами</p>	<p>Строили на мелководье мостки для купания. В парках предусматривали специальные дорожки для верховой езды. Продавали специальные костюмы для мужчин и женщин, шлемы, упряжь</p>
<p>Выезжали на веселые пикники с самоваром, многочисленными закусками, граммофоном. Выезд осуществляли на русской тройке</p>	<p>Учитывали все детали отдыха, везли с собой нужные крупногабаритные предметы. Обстоятельность выезда на пикник характерна для всех сословий</p>
<p>Устраивали увеселительные сады с духовым оркестром, с помещениями и зрительными залами под открытым небом для театра и кинопросмотров, большие ресторанные залы</p>	
<p>Задавали моду на одежду и головные уборы (шляпы, панамы, соломенные шляпки для мужчин и женщин, летние костюмы, домашние костюмы, пижамы), формировали общественное мнение, устанавливали клубные регламенты, пропагандировали дачный этикет</p>	<p>Общее время, в моду вовлечены все. Культура костюма в России</p>
<p align="center"><i>Для избранных</i></p>	
<p>Организовывали специальные добровольные клубы (пожарных, яхтсменов, теннисистов), что предполагало членство в клубе, клубную одежду, положение в обществе, престиж. Проводили клубные праздники</p>	<p>Клубная одежда — не форма, но подчеркнутый стиль и массово одинаково одетые люди. Всегда аккуратность, опрятность, эстетика в одежде, что выделяет и позиционирует. Это было нарядно!</p>
<p>Спортивные праздники, соревнования, гонки (лодочные, яхтенные)</p>	<p>Служили началом гулянья, обычно были приурочены к воскресенью</p>
<p>Драматические кружки на общественных началах, театральное ателье (изготовление костюмов, декораций), бесплатные спектакли любительских театров)</p>	<p>«Приятно проходило время!»</p>

Окончание табл. 2

Благотворительность — потребность избранных. Создавали программы концертов на неделю. Программы разнообразные, на все вкусы	Бесплатность концертов симфонического оркестра компенсировали цены на ж/д билеты и рестораны. Расписание транспортных услуг и услуг питания согласовывалось с началом и окончанием концертов
Гулянья. Время на гулянья, посиделки, праздники	Мода на гулянья. Ощущение беззаботности жизни на даче (состояние как продукт)
Проведение гуляний для сбора средств. Программа гулянья включала оркестр, фланирование, «перестрелку» конфетти, танцы, театр/кинематограф. Сбор средств обществом пожарников побуждало членов общества вести себя на пожаре с достоинством — как стать героем дня	
Благотворительные цели — повод для гулянья. Благотворительность использует сценарий сопричастности к проблеме (эпидемии, трудностям, болезни). Символика проблемы (белый цветок — борьба с чахоткой) маркирует жертвователя	Демонстрация волеизъявления, подчеркивание персональной позиции, доброта в сопричастности
Храмовые праздники — повод для гулянья. По сценарию утренний сбор в церкви (старшее поколение), обед, исполнение религиозных обычаев, традиций	Эффектное зрелище
Народные праздники местных жителей — национальные танцы, обряды, участие местных жителей в дачных гуляньях	
Именины дачников — массовые семейные праздники. Именины Ирин, Светлан, Сергеев...	Отмечали всем дачным поселком
Семейные праздники — торжественность момента, накрытый богато стол в саду, палисаднике, перед домом — на виду. Флажки, фонарики, гирлянды, свечи	Феерическая декоративность. В богатом подборе было много разнообразия

Литература

1. *Бурлаков А.* Легенды и были Белогорской усадьбы // Исторический журнал «Гатчина сквозь столетия» 2004–2016 гг. / Осмотр достопримечательностей Белогорки: экскурсионные маршруты. URL: <http://history-gatchina.ru/article/belogorka.htm>
2. Борьба за выживание: эксперты обсудят, как спасти исторические усадьбы Ломоносовского района. 2015. URL: <http://www.lomolenobl.ru/one-news/1734>
3. *Вайнгорт В. Л.* Воссоздание усадьбы Гоголя «близ Диканьки», полностью уничтоженной в 1943 году. 2014 / Материалы международной на-

- учной конференции «Послевоенное восстановление памятников. Теория и практика XX века». — СПб: ИПК «Береста», 2014.
4. *Вандышева Л.* Старинный парк в Гомонтово должен выжить. 2015. // Международное экологическое объединение Беллона / URL: <http://bellona.ru.starinnij-park-v-gomontovo-dolzhen-vyzh/>
 5. *Конечный А.* Петербургские дачи / Российский институт истории искусств // Антропологический форум. — 2005. — № 3. — С. 444–452.
 6. *Пискарев П., Урлаб Л.* Дачный быт Петербурга в начале XX века / Российский институт истории искусств // Антропологический форум. — 2005. — № 3. — С. 452–474.
 7. *Сологубова Г. С.* Социальные последствия коррупции // Материалы 15-й международной научно-практической конференции «Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития». — СПб: Изд-во ИМЦ «НВШ-СПб», 2015. — С. 308–315.
 8. Старинные усадьбы в Гатчинском районе. URL: <http://domplusuchastok.ru/index/0-30>
 9. Унесенные революцией. 10 заброшенных усадеб в окрестностях Петербурга // Аргументы и факты. URL: <http://www.spb.aif.ru/society/people/1434347>
 10. *Хонта Ю.* Дворянские усадьбы: зона бедствия. Интервью // Портал «Загородное обозрение» / URL: <http://zagorod.spb.ru/articles/2560>

ПЕРМАКУЛЬТУРА КАК ИННОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В АГРОТУРИЗМЕ

*В. О. Бужина,
Центр пермакультуры Хольцера*

В последние годы российский туристический рынок характеризуется ростом конкуренции. Одним из основных направлений формирования конкурентных преимуществ является внедрение инноваций, поскольку без этого практически невозможно успешное развитие ни одной сферы современной экономики.

Инновации в туризме — это разработка, создание новых туристических проектов, внедрение которых позволит повысить занятость населения [10]. Инновации в туризме следует рассматривать как системные мероприятия, имеющие качественную новизну и приводящие к позитивным сдвигам, обеспечивающим устойчивое функционирование и развитие отрасли [17].

Исходя из мирового опыта, внедрение инноваций обладает высокой эффективностью. Поэтому поиск инновационных подходов в сфере туризма очень важен. Даже если сначала реализация туристских проектов не приносит ощутимых выгод, в долгосрочном плане развитие туризма способствует росту доходов населения.

Основными направлениями инновационной деятельности агротуризма являются:

- использование новой техники и технологий в оказании традиционных туристических услуг;
- внедрение новых услуг с новыми свойствами;
- задействование новых туристических ресурсов, ранее не использовавшихся или слабо использовавшихся в создании турпродукта;
- изменения в организации производства и потребления традиционных туристических услуг [2; 7; 11].

Агротуризм становится серьезным форматом предпринимательской деятельности в сельскохозяйственных регионах, помогая решать экономические и социально-культурные проблемы этих территорий. Благодаря агротуризму повышается спрос на натуральные, экологически чистые продукты питания, происходит обустройство сельских поселений, развитие инфраструктуры [3].

Однако в сфере агротуризма России новые туристские проекты пока находятся на стадии апробации.

Одним из ключевых направлений инновационной деятельности в туризме в агрокультурном-туристическом комплексе «Богдарня» (деревня Крутово, Владимирская область) является разработка инновационного туристического направления — пермакультуры.

Пермакультура¹ — это система дизайна, цель которого состоит в организации пространства, занимаемого людьми, на основе экологически целесообразных моделей [12], она занимается в равной степени растениями, животными, строениями, а также инфраструктурой (вода, энергия и коммуникации) [9]. В то же время нельзя утверждать, что на все это пермакультура нацелена непосредственно. В первую очередь она ориентирована на создание взаимосвязей между всеми компонентами природы, окружающими человека. Это способ организации экологически целесообразных систем. Безусловно, длительное существование пермакультуры невозможно без соответствующей сельскохозяйственной базы и этики землепользования.

Как подчеркивает Б. Моллинсон, биологические ресурсы (животные и растения) дают возможность сэкономить максимум энергии. Они нужны для того, чтобы получать топливо и удобрения, для вспашки, борьбы с вредителями и сорняками, для обеспечения круговорота питательных веществ, для расширения естественной среды обитания, для вентилирования почвы, для обеспечения пожарной безопасности, для контроля над эрозией и т.д. [9]. Навоз и бобовые культуры заменяют азотные удобрения; куры и свиньи «работают» вместо культиваторов; гуси и стелющиеся травы — вместо косилок; применение пестицидов заменяется биологическими способами борьбы с вредителями.

Другими словами, биологические ресурсы работают на благо всего хозяйства везде, где это возможно. Их использование оказывается своего рода «долгосрочным инвестированием» и, как любое стратегическое решение, требует серьезного предварительного планирования.

АТК «Богдарня», более известный как ферма Джона Кописки, — это действующая ферма, на которой работают более 40 профессионалов в различных областях. На ферме предоставлены различные туристические услуги: экскурсии, занятия на лошадях, катание на карете или санях, прокат квадроциклов, пейнтбол, страйкбол, прокат мотоциклов, лыж, коньков, саней, занятия стрельбой из лука, организация походов и пикников на природе. Однако именно использование технологий пермакультуры стало инновационным направлением для развития туризма и привлечения новых клиентов.

¹ От англ. permanent agriculture («долговременное сельское хозяйство»).

Портрет целевой аудитории АТК «Богдарня» выглядит так:

- 65% женщин и 35% мужчин;
- семьи, имеющие в среднем по два ребенка;
- люди, ведущие активный спортивный образ жизни, которые стремятся быть ближе к природе и открыты новому;
- 39% туристов — это люди в возрасте от 35 до 49 лет, остальная часть — это молодые люди в возрасте от 20 до 35 лет, которые мечтают о деревенской романтике, и старшее поколение, которое хочет отдохнуть от суеты большого города;
- семьи с высоким уровнем дохода, проживающие в крупных городах, а также семейные пары пенсионного возраста.

Технологии пермакультуры начали применять на ферме в 2012 г., в их основе — создание естественных симбиотических экосистем, многообразие культур и многофункциональность всех элементов в сельском хозяйстве любого масштаба. Было произведено следующее преобразование среды животноводческой фермы в пойме р. Клязьма:

- рекультивация заболоченной поймы — создание озера;
- разграничение ландшафта на разные функциональные территории с помощью геопластики;
- физическое и зрительное увеличение пространства и площади вокруг здания гостиницы за счет кратерного сада и гряды;
- создание микроклиматических зон для снижения влияния неблагоприятных климатических факторов;
- рекультивация деятельности животноводства, забоя;
- рекультивация строительной свалки и карьера для добычи песка — создание большого кратерного сада для овощных и лекарственных культур.

За четыре года были созданы туристические объекты пермакультуры:

- Входная группа и башня.
- Травяная горка сырного подвала.
- Южный сад.
- Высокие холмистые гряды съедобно-декоративные.
- Монастырский плодовый сад у забора.
- Малый кратерный сад у гостиницы.
- Сад злаковых трав.
- Музей сельхозкультур.
- Огород вдоль поймы: клубничник, картофельное поле.
- Съедобный лес вдоль пойменной дубравы.
- Плодовый сад «Мичуринский».
- Маточник яблоневых подвоев.
- Большой кратерный сад.

- Смородиновый сад.
- Конечная очистка канализационных стоков.
- Сезонное овощехранилище из глиночурки.

Технологии пермакультуры можно использовать в фермерских хозяйствах любого размера, с любым уровнем рентабельности, они не требуют особых затрат, применимы в разных климатических зонах.

Для агротуризма особенно характерно участие в сельскохозяйственных работах — овощеводстве, растениеводстве, пчеловодстве, сборе трав и грибов, цветоводстве. Характерно также и ознакомление с местной кухней. В пермакультуре всегда есть процесс, в который можно включиться. Туристы могут принимать участие в посадках, заготовках, переработке, сушке, появляется возможность участия и обучения технологиям сельского хозяйства.

Создание пермакультурной фермы предполагает тщательное зонирование территории. Пермакультурная ферма может показать весь спектр различных видов сельского хозяйства (животноводство, птицеводство, рыбоводство, прудовое хозяйство, сады и ягодники, огородные культуры, компостирование, лесное хозяйство, пчеловодство) в одном месте, поскольку это многоотраслевое хозяйство, в котором все циклы связаны между собой, поддерживают друг друга, дают ресурсы.

Экономика такого хозяйства не может быть убыточна, если в монокультурном хозяйстве неурожай одной культуры может принести убыток, то пермакультурное хозяйство — экономически устойчиво. Убытки в растениеводстве могут быть покрыты прибылью за счет животноводства. Восстанавливаются старые способы, используются современные возможности. Вторым фактором экономической устойчивости пермакультуры является гибкое реагирование на возникающие требования рынка, а также возможность быстрого развития.

Пермакультура как инновационное направление в агротуризме несет просветительский характер и демонстрирует гуманные и экологические виды хозяйствования работы с природными ресурсами. Получение рекреационных услуг дает возможность обучения новым технологиям в сельском хозяйстве, меняет отношение к нему, приходит понимание необходимости интеллектуализации сельского хозяйства.

По пермакультурным объектам проводятся экскурсии, туристы знакомятся с принципами смешанных посадок, при которых совмещаются принципы ландшафтного дизайна и огородничества, растения выполняют декоративные функции, а также пригодны в пищу.

При отсутствии в сельской местности краеведческих центров, музеев, памятников, религиозных центров пермакультурные объекты позиционируются как туристические объекты, привлекают туристов

и потенциальных партнеров, приносят впечатления и положительные эмоции.

Однако существует ряд вопросов при переходе от популяризации и экспериментов к созданию экономической системы пермакультурного хозяйства, которые еще необходимо решить:

создание экономического обоснования управлением поликультурным хозяйством;

создание системы и показателей учета экономической эффективности многоотраслевого хозяйства;

выпуск технологических карт для операций, не предусмотренных в классическом сельском хозяйстве.

Литература

1. *Агаларова Е. Г., Косинова Е. А.* Особенности формирования агротуристического рынка в России // Молодой ученый. — 2012. — № 11.
2. *Ахмедханова С. Т.* Организационно-экономические основы формирования и развития туристского рынка в современных условиях: Диссертация. — 2008.
3. *Аюбова И. Д., Нудной А. П.* Привлекательность агропромышленного комплекса для развития сельскохозяйственного туризма // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. — 2013. — Т. 1.
4. *Деточенко Л. С.* Сельский туризм в России. Возможности и перспективы // Туризм: практика, проблемы, перспективы. — 2004. — № 6.
5. *Здоров А. Б.* Экономические аспекты аграрного туризма. В уч.: Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2001.
6. *Здоров А. Б.* Экономика туризма. — М.: Финансы и статистика, 2004.
7. *Кузьменкова В. Д.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: Электронное учебное пособие. — ИЭО СПбУУиЭ, 2008.
8. *Мозгунов Н. А.* Сельский туризм как фактор развития территории (на примере Орловской области) // Региональные исследования. — 2010. — № 2.
9. *Моллиссон Б.* Введение в пермакультуру. — 1991.
10. *Мусина Т. С.* Роль инноваций в формировании конкурентной стратегии туристической фирмы // The Genesis of Genius. — 2014. — № 1-1.
11. *Пернебекова А. М.* Инновационные технологии в индустрии туризма // Экономика сферы сервиса: проблемы и перспективы. — 2015.
12. *Плотникова Г. А.* Экологические аспекты экономической безопасности Российской Федерации: Диссертация. — 2010.
13. Проект «Содействие муниципальным образованиям в подъеме агро- и экотуризма как перспективного стратегического направления развития малых и средних городов России» // Ассоциация МЭР при финансовой поддержке Фонда ЕВРАЗИЯ (США) и Агентства по международному развитию США. URL: <http://do.gendocs.ru/docs/index-67946.html>

14. Проект развития сельского туризма в Черноморском районе АРК «Симферополь» // Торгово-промышленная палата Крыма / Крымская ассоциация сельского зеленого туризма, 2011.
15. *Уланов Д. А.* Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый. — 2013. — № 6. — С. 455–459.
16. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» [Электронный ресурс]. — [2012]. — URL: http://www.rg.ru/pril/60/73/76/644_fcp.pdf
17. *Фесенко О. П.* Формирование и развитие туристического комплекса как подсистемы региональной экономики: Диссертация. — 2010.

ОБ АВТОРАХ

Баснина Татьяна Дмитриевна, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: td_basnina@mail.ru

Букина Валерия Олеговна, Центр пермакультуры Хольцера. E-mail: valeria@naturbook.ru

Вигушина Елена Павловна, научный сотрудник, лаборатория институционального анализа, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: 9037759769@mail.ru

Гварлиани Татьяна Евгеньевна, доктор экономических наук, Сочинский государственный университет. E-mail: antana-tata@mail.ru

Иванова Светлана Анатольевна, научный сотрудник, лаборатория институционального анализа, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: sve274580@yandex.ru

Каппушев Шамиль Ахияевич, аспирант, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: kappushev.shamil@mail.ru

Кожушкина Ирина Владимировна, аспирант, Сочинский государственный университет. E-mail: kojushkina@yandex.ru

Полянская Елена Евгеньевна, кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: el.polyanskaya@mail.ru

Оборин Матвей Сергеевич, кандидат географических наук, Пермский институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова. E-mail: recreachin@rambler.ru

Сологубова Галина Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный экономический университет. E-mail: en-consalt@mail.ru

Суханова Наталия Виленовна, научный сотрудник, лаборатория институционального анализа, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: nsuchanova@mail.ru

Сысоев Александр Петрович, кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник, лаборатория институционального анализа, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: Alex.vp41@gmail.com

Шерешева Марина Юрьевна, доктор экономических наук, профессор, директор Центра исследований сетевой экономики, МГУ имени М. В. Ломоносова. E-mail: m.sheresheva@mail.ru

Научное электронное издание

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ
И РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В СУБЪЕКТАХ РФ**

ISBN 978-5-906783-57-8



9 785906 783578