

8.7. ЭКСПОРТ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ

Орлова Е.Р., д.э.н., профессор, заведующий лабораторией, лаборатория «Информатика и управление», Российская Академия наук;
Бочарова И.Е., инженер-исследователь, лаборатория «Информатика и управление», Российская Академия наук;

Дарменко А.А., руководитель, горнолыжный отдел, туристическая фирма «Турбинария», г. Москва

В статье предложен подход, согласно которому туристическая отрасль исследуется, опираясь на общепринятые для экономики понятия – экспорт, импорт и внутреннее производство и потребление. На основе данного подхода сделана попытка системно оценить привлекательность туристической отрасли Российской Федерации, выяснить какие существуют проблемы ее эффективного функционирования, в какой степени туристическая отрасль может способствовать диверсифицированному развитию нашей страны и росту валового внутреннего продукта.

Одним из направлений развития российской экономики, способным вернуть стране былую конкурентоспособность, на наш взгляд, является туристическая индустрия. Международная практика показывает, что туристская отрасль по своей прибыльности сравнима с нефтедобывающей промышленностью. На сферу туризма приходится около 8% мирового совокупного продукта, 6% мирового экспорта, 10% мировых инвестиций [5].

Примерная структура туристской индустрии приведена на рис. 1.

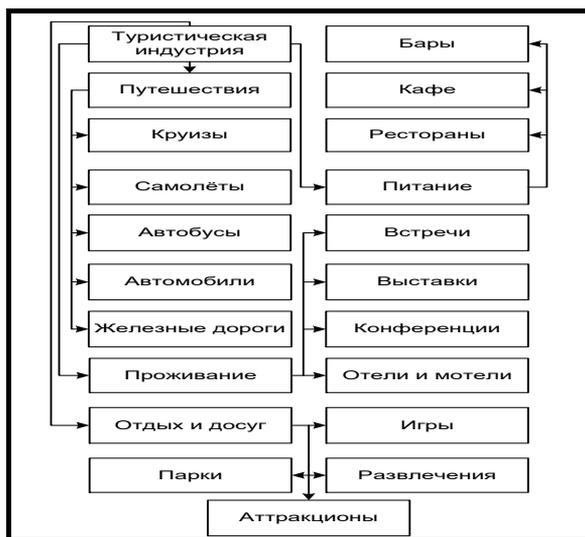


Рис. 1. Структура туристской индустрии [13]

Наиболее часто туризм¹ подразделяют на выездной², выездной³ и внутренний⁴ [1]. С нашей точки зрения, к

¹ Туризм — временные выезды (путешествия) людей в другую страну или местность, отличную от места постоянного жи-

туристской отрасли применимы общепринятые для экономики представления – экспорт, импорт и внутреннее производство и потребление. Причем выездной туризм можно трактовать как экспорт туристических услуг, выездной – как импорт, а внутренний – как внутреннее производство и потребление.

До 1991 г. в Российской Федерации доля выездного и выездного туризма была мала, более 95% приходилось на внутреннее производство и потребление туристических услуг. Но в связи с тем, что Россия являлась частью Советского Союза, состоявшего из 15 республик, внутренний туризм по сути оказался намного более широким понятием, чем сейчас. Туристические потоки между бывшими республиками СССР были весьма значимыми. Прибалтика, Закавказье, Средняя Азия – вот неполный перечень внутренних перемещений российских туристов.

После распада СССР объем внутреннего туризма в РФ существенно снизился. Уменьшились и туристопотоки между странами ближнего зарубежья. Дальнее зарубежье стало более доступным и привлекательным, что привело к росту выездного туризма. Большая часть российских туристов начала использовать возможности отдыха в дальнем зарубежье. Например, Прибалтику стали заменять Европой, республики Закавказья – Турцией, Египтом, Таиландом.

Основные причины столь стремительного роста импорта туристических услуг заключаются в первую очередь в том, что поездки за рубеж теперь более доступны как по деньгам, так и по возможностям.

Подобно другим отраслям экономики, импортная туристическая продукция оказалась более дешевой и качественной, чем отечественная. До сих пор, несмотря на все санкции и общее ухудшение российской экономической ситуации, летний пляжный отдых в Турции и Египте дешевле и комфортнее, чем в Крыму и Сочи.

Во многом причины данного дисбаланса заключаются в том, что в российскую туристскую индустрию последние 20 лет инвестировали крайне мало. Можно привести примеры лишь нескольких относительно успешных крупных проектов [4]. Это «Олимпиада Сочи-2014», «Универсиада-2013» в г. Казань, реализация ряда мероприятий в особых туристско-рекреационных зонах. Отдельные инвестиционные проекты, стимулирующие развитие отечественного туризма, осуществляются, но системного подхода к этой отрасли пока не наблюдается.

В табл. 1 приведены данные по объему валового внутреннего продукта (ВВП) и платных услуг населению РФ за период с 2000 по 2014 гг. Из табл. 1 видно, что за прошедшие 15 лет ВВП вырос в 10,2

тельства, на срок от 24 ч до 6 месяцев в течение одного календарного года или с совершением не менее одной ночевки в развлекательных, оздоровительных, спортивных, гостевых, познавательных, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, оплачиваемой из местного источника.

² Выездной туризм – выезд иностранцев на территорию государства.

³ Выездной туризм связан с перемещением граждан одной страны за ее границы.

⁴ Внутренний туризм – перемещение туристов внутри одной страны.

раза, объем платных услуг, предоставляемых населению, – в 12 раз, туристических услуг – в 12,4 раза. Удельный вес платных услуг населения в ВВП увеличился с 8,8% до 10,3%, на долю туризма приходится не более 2% от общего объема платных услуг.

Таблица 1

ОБЪЕМ ВВП И ПЛАТНЫХ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ ПО ВИДАМ (В ТЕКУЩИХ ЦЕНАХ) [9-13]

Млрд. руб

Показатель	Годы				
	2000	2005	2009	2010	2014
ВВП	6946,5	21665,0	39016,1	44491,4	70975,8
Все оказанные услуги	609,6	2265,5	4413,7	4848,6	7298,9
В том числе:					
бытовые	86,3	227,2	440,9	471,4	799,5
транспортные	160,4	491,5	901,9	969,1	1374,0
связи	65,2	418,2	860,9	929,7	1244,8
жилищные	40,8	118,1	234,9	265,8	420,2
услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	-	58,9	101,4	111,8	162,0
коммунальные	84,6	421,1	856,5	1024,5	1567,2
культуры	9,8	55,1	81,4	84,8	121,3
туристские	11,0	32,6	71,1	82,4	136,5
физической культуры и спорта	2,2	14,6	25,5	27,8	53,9
медицинские	27,0	107,8	218,9	244,6	445,2
санаторно-оздоровительные	23,3	36,4	59,7	60,5	87,1
ветеринарные	2,0	4,7	8,2	8,8	13,6
правового характера	32,5	51,3	110,8	н.д.	н.д.
системы образования	41,1	147,0	306,0	326,0	478,5
социальные услуги, предоставляемые гражданам пожилого возраста и инвалидам	-	-	-	-	12,9
прочие виды платных услуг	23,4	81,0	135,6	214,4	382,2

Но, как известно (рис. 1), индустрия туризма, помимо деятельности туроператоров и туристических агентств, включает в себя гостиничное хозяйство, общественное питание, организацию развлечений, отдыха и лечения, транспорт, производство товаров туристского назначения, изделий художественных промыслов, сувениров, рекламную деятельность, природоохранную деятельность, содержание памятников [3, 6]. Поэтому, если учитывать дополнительные виды услуг, связанные с внутренней туристской индустрией, то его доля в ВВП значительно возрастет. Все это говорит о том, что у туризма есть возможности активно воздействовать на развитие множества отраслей и сфер экономики через увеличение потребительского спроса.

Туристская отрасль РФ могла бы стать эффективным направлением развития экономики, способствующим значительному росту ВВП. Известно, что

в экономике некоторых государств туризм занимает ведущие позиции и служит главным источником пополнения их бюджета. Так, доходы многих стран от туризма составляют более 50% их ВВП. Лидерами являются (в силу географических причин) островные государства и анклавы: Макао (89,5%), Антигуа и Барбуда (75,8%), Мальдивы (61,3%), Сейшелы (54,5%), Багамы (53,6%). Однако и другие развитые страны характеризуются достаточно высокой долей туризма в ВВП: Греция – 15,5%, Испания – 15,3%, Австрия – 12,5%; чуть ниже доля туризма в ВВП в Турции, Египте, Объединенных Арабских Эмиратах. В РФ эта доля составляет 2,5% ВВП, что соответствует всего лишь 138-му месту в рейтинге стран по этому показателю [12].

По отношению к туризму, по нашему мнению, страны можно классифицировать следующим образом.

1. Страны – чистые экспортеры туристических услуг. Для таких государств туризм является сугубо экспортным продуктом и на внутреннее потребление не рассчитан. Вышеназванные Макао (89,5%), Антигуа и Барбуда (75,8%), Мальдивы (61,3%), Сейшелы (54,5%), Багамы (53,6%) относятся именно к этой категории стран.
2. Страны – чистые импортеры туристических услуг. Внутренний туризм у них может также занимать существенное место, но выездной туризм более значим. На наш взгляд, типичным представителем этой категории является Япония, территория которой в 45 раз меньше территории РФ при незначительной разнице в численности населения. На 1 кв. км в ней приходится 336 чел., в отличие от РФ, где средняя плотность населения составляет около 9 чел. на 1 кв. км. Причины малого экспорта туристических услуг, по-видимому, в определенной степени связаны с густонаселенностью данной страны.
3. Бедные страны, где туристская отрасль практически отсутствует. Здесь возможны различные экстремальные и экзотические туры. Выездного и внутреннего туризма нет в наличии.
4. Смешанные страны, ориентированные на импорт, экспорт, и внутреннее производство и потребление туристических услуг. Большинство стран являются именно смешанными экономиками относительно туризма.

Например, в Германии присутствуют все три направления. Для Франции, Италии, Испании, США характерны въездной и внутренний туризм. Выездной туризм менее развит.

В РФ сейчас есть выездной и внутренний туризм, доля выездного туризма мала. В связи с санкциями и общим ухудшением экономической ситуации возможности импорта туристических услуг в последнее время значительно снизились. Поэтому актуально более подробно поговорить об импортозамещении, т.е. о развитии внутреннего туристического продукта. Следует отметить, что туристически привлекательные развитые страны в первую очередь ориентированы именно на удовлетворение собственных жителей, т.е. на внутреннее потребление, и лишь затем – на экспорт туристических услуг.

Поэтому для грамотного развития туризма в РФ нужно сделать комфортным его сначала для местного населения и только после этого пытаться привлекать иностранцев для посещения нашей страны, чтобы, приехав один раз, они захотели бы вернуться сюда.

Экспорт туристических услуг на первых порах может быть связан преимущественно с экзотическими и эксклюзивными видами туризма, а не с массовыми направлениями, либо с уже раскрученными и инфраструктурно обеспеченными городами.

На сегодняшний день популярностью среди иностранных туристов пользуются такие места, как Золотое кольцо Карелии – Кижы, Валаам, Соловки; Красноярские столбы, озеро Байкал, Золотое кольцо России. Наиболее туристически привлекательными городами являются Москва, Санкт-Петербург и Казань. Вся остальная РФ практически неизвестна и недоступна для зарубежных гостей.

Чего же не хватает в РФ для нормального развития внутреннего производства и потребления туристических услуг?

Первое – в первую очередь инфраструктуры. Известно, что инфраструктура представляет собой совокупность отраслей, предприятий и организаций, входящих в эти отрасли, видов их деятельности, призванных обеспечивать, создавать условия для нормального функционирования производства и обращения товаров, а также жизнедеятельности людей. В инфраструктуру включают дороги, связь, транспорт, складское хозяйство, внешнее энерго- и водоснабжение, спортивные сооружения, озеленение, предприятия по обслуживанию населения. Иногда к ней также относят науку, образование, здравоохранение, называя их социальной инфраструктурой.

Если говорить об инфраструктуре РФ в целом, то здесь имеет место серьезное отставание от стран Европы, особенно по отношению к окраинным регионам. Причем это относится не только к транспортной инфраструктуре.

Второе – сетей гостиниц и апартаментов на любой вкус и кошелек: от 1-2-звездочных отелей до 5-звездочных. Развитие гостиничных сетей актуально не только для городов-миллионников, но и для всей территории РФ. Если взять в качестве примера Францию, то в ней насчитывается более десятка сетей 2-5-звездочных апартаментов и отелей, расположенных по всей территории страны. Например, Pierre & Vacances, CGH Residence, Madame Vacances и другие. Аналогичная ситуация характерна практически для всех развитых государств.

Третье – нормального налогообложения, стимулирующего туризм. В свое время в курортных областях РФ существовал специальный сбор⁵, способствующий развитию курортной зоны. Сейчас такого сбора нет. Хотя при разумном использовании данного налога ряда проблем в туристической отрасли можно было бы избежать.

Взиматься такой налог может разными способами. Например, в Италии похожий сбор выплачивают постояльцы отелей в популярных у иностранных туристов городах. Там сумма этого сбора колеблется от 1 до 3 евро в зависимости от города. В США налог (city tax), который взимается с путешественников

местными властями крупных туристических центров, может меняться от города к городу, доходя до 17%. City tax путешественник оплачивает одновременно с оплатой номера в отеле. Эти сборы расходятся в первую очередь на развитие всей туристической инфраструктуры.

Сейчас о введении курортного налога усиленно говорят в Ставропольском крае. По предварительной информации, ставка курортного сбора может составлять 3% от стоимости путевки на санаторно-курортное лечение в Кисловодске. В этом случае общая сумма сбора за год будет достигать порядка 200 млн. руб.

Четвертое – серьезного отношения к сфере туризма со стороны государства и местных властей. У нас в стране принято считать эту отрасль маловажной, второстепенной, бюджетные вложения в сферу туризма производятся по остаточному принципу. В ситуации экономического кризиса люди в первую очередь склонны отказаться от поездок и расходов на туризм [12].

Однако известно, что макроэкономический мультипликатор туристической отрасли в несколько раз выше, чем почти любой другой отрасли экономики. На 1 руб., вложенный в индустрию туризма, может быть получено до 9 руб. дохода за счет разнообразных косвенных эффектов. Но для того чтобы мультипликативный эффект был получен, необходимы значительные вложения со стороны государства.

В каждой туристически развитой стране мира первоначальные инвестиции осуществляет государство, обеспечивая большую часть инфраструктуры, и только потом приходят частные инвесторы.

Пятое – развитых систем офисов по туризму и предложений по возможностям российского туризма. Даже в самых крупных и туристически привлекательных городах РФ сложно найти центры, в которых была бы собрана и представлена информация о важнейших достопримечательностях данного места. Исключение составляют только курорты Краснодарского края, где за последние несколько лет появились туристические центры и центры размещения.

Во всех странах, ориентированных на успешное функционирование туристской отрасли, широко развита система продвижения имеющихся в стране природных, культурных объектов и туристской инфраструктуры. Данная система включает в себя специальные государственные организации, представительства в других странах, программы, проведение международных семинаров и воркшопов, ознакомительные туры для профессионалов туризма, разработку «легенд» для наиболее интересных объектов.

В РФ такая система практически отсутствует [2]. У нас есть Министерство по спорту и туризму РФ, но формированием предложений как для отечественных, так и зарубежных туристов оно занимается мало, нет и организаций, способных это делать. Хотя в нашей стране имеется множество мест, уже овеянных легендами, которые могли бы быть привлекательными не только для российских, но и для иностранных туристов.

Шестое – должного отношения к индустрии уборки территорий. Проблема уборки территорий и утилизации мусора является весьма существенной практически для всей РФ. Даже в самых крупных и разви-

⁵ Курортный сбор – распространенный во всем мире налог, который выплачивают отдыхающие, приезжающие на те или иные курорты. Как правило, эти деньги идут на развитие и благоустройство курортов, так что туристы, по сути, вкладывают эти деньги в свой будущий отдых.

тых городах, таких как Москва и Санкт-Петербург, она не решена полностью. Для регионов, претендующих на статус рекреационных зон и которые должны иметь чистейшую экологию, эта проблема занимает одно из центральных мест. К сожалению, практически во всех курортных городах, лишь отойдешь от центральных улиц, сразу сталкиваешься с недостатком мусороуборочной техники, а также отсутствием понимания необходимости уборки территории.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В статье предложен подход, согласно которому туристическая отрасль исследуется, опираясь на общепринятые для экономики понятия – экспорт, импорт, внутреннее производство и потребление. На основе данного подхода сделана попытка системно оценить привлекательность туристской отрасли РФ, выяснить, какие существуют проблемы ее эффективного функционирования, в какой степени туристская отрасль может способствовать диверсифицированному развитию нашей страны и росту ВВП.

Проведенный в статье анализ позволил сделать следующие выводы.

1. По отношению к туризму РФ следует отнести к смешанному типу, где могут присутствовать все три направления, экспорт, импорт и внутренние производство и потребление туристических услуг.
2. Теоретически у туристской индустрии РФ есть неплохой потенциал роста. Сейчас на российскую туристскую отрасль приходится только 2,5% ВВП, тогда как в большинстве развитых и туристически привлекательных стран ее доля составляет не менее 10%.
3. Внутренний российский туризм имеет огромные возможности. РФ обладает колоссальным природным и культурным потенциалом, занимая 5-е место по числу природных объектов и 9-е место – по культурным. Поэтому рост туристской отрасли должен происходить, в первую очередь, за счет развития внутреннего туризма, в том числе и за счет импортозамещения туристических услуг.
4. Объем импорта туристических услуг из-за кризиса в последний год снизился на 30%, но, по мнению авторов, дальнейшего серьезного падения не произойдет в силу специфичности выездного туризма и наличия значительной категории граждан, которые не откажутся от этого вида импорта.
5. О массовом экспорте туристических услуг пока говорить рано. Для зарубежных туристов в настоящее время привлекательны либо экзотические и эксклюзивные виды туризма, либо уже раскрученные и инфраструктурно обеспеченные города.
6. Для успешной реализации туристского потенциала требуется активная позиция государства, направленная на создание инфраструктуры, в первую очередь современной транспортной инфраструктуры.
7. Для увеличения объемов внутреннего туризма и для обеспечения полноценного, разнообразного и недорогого отдыха российских и зарубежных туристов необходима широкая сеть гостиниц и апарт-отелей, обеспечивающая достойное размещение по всем регионам РФ. (Сейчас, согласно данным UNWTO, РФ по числу мест в гостиницах занимает 85-е, а по ценовой доступности размещения – 115-е место среди 139 стран.) Для достижения этих целей следует активизировать государственно-частное партнерство. На наш взгляд, было бы оправдано более широкое применение концессионных соглашений.
8. Такой способ развития туристской сферы, как особые экономические зоны туристско-рекреационного типа, в настоящее время недостаточно привлекателен для частных инвесторов и слабо финансируется со стороны государства. Хотя его использование могло бы принести неплохие дивиденды.

9. Грамотная налоговая политика, стимулирующая развитие туризма, может существенно улучшить функционирование всей туристской инфраструктуры, в том числе, способствовать созданию офисов по туризму, сделать более доступной информацию по основным туристическим объектам.
10. Без развитой системы формирования предложений по возможностям российского внутреннего туризма трудно ожидать не только притока иностранных гостей с целью ознакомления с культурными и природными богатствами России, но и более активного внутреннего туризма.
11. Решение перечисленных проблем приведет к повышению конкурентоспособности туристского сектора экономики и поможет более быстрому преодолению кризиса и увеличению темпов роста ВВП.

Литература

1. Об основах туристской деятельности в РФ [Электронный ресурс] : федер. закон от 24 нояб. 1996 г. №132-ФЗ (в ред. федер. закона от 3 мая 2012 г.). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Бочарова И.Е. и др. Туризм в Крыму: проблемы и решения [Текст] / И.Е. Бочарова, Е.П. Мельник, Е.Р. Орлова // Сб. докл. XII Междунар. науч.-практ. конф. «Теория и практика экономики предпринимательства» (23-25 апреля 2015 г., Симферополь-Гузуф). – Симферополь, 2015. – С. 93-97.
3. Киселева И.А. Особенности развития сферы туризма как сферы услуг [Текст] / И.А. Киселева, А.М. Трамова // Аудит и финансовый анализ. – 2009. – №6. – С. 289-294.
4. Лившиц В.Н. и др. Мегапроекты: радости и печали России [Текст] / В.Н. Лившиц, Т.И. Тищенко, М.П. Фролова, А.Н. Швецов // Анализ, моделирование, управление, развитие экономических систем : сб. науч. тр. VIII Междунар. школы-симпозиума АМУР-2014 : Севастополь, 12-21 сент. 2014 / Под ред. доцента А.В. Сигала. – Симферополь : Таврический нац. ун-т им. В.И. Вернадского, 2014. – С. 201-210.
5. Овчаров А.О. Экономика туризма [Текст] / А.О. Овчаров. – М. : ИНФРА-М, 2015.
6. Родионова И.А. и др. Географический подход к изучению туристской составляющей инвестиционного потенциала и особенностей привлечения инвестиций в регионы [Электронный ресурс] / И.А. Родионова, С.Р. Хуснутдинова, М.Р. Валиев // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – №2. URL: www.science-education.ru/108-8955.
7. Социально-экономическое положение России [Текст] : 2000 / Федер. служба госуд. статистики. – М., 2001. – С. 91.
8. Социально-экономическое положение России [Текст] : 2005 / Федер. служба госуд. статистики. – М., 2006. – С. 109-110.
9. Социально-экономическое положение России [Текст] : 2009 / Федер. служба госуд. статистики. – М., 2010. – С. 110-111.
10. Социально-экономическое положение России [Текст] : 2010 / Федер. служба госуд. статистики. – М. 2011. – С. 109-110.
11. Социально-экономическое положение России [Текст] : 2014 / Федер. служба госуд. статистики. – М., 2015. – С. 105.
12. Трамова А.М. Методология инновационного развития туристско-рекреационного комплекса региона [Текст] : автореф. дисс. ... д-ра экон. наук / А.М. Трамова ; Московский экономико-статистический ин-т. – М., 2015.
13. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма [Текст] : комплект лекций / Т.А. Фролова. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2011.

Ключевые слова

Экспорт; импорт; импортозамещение; внутреннее потребление; въездной; выездной; внутренний туризм; дальнее и ближнее зарубежье; туристический и инвестиционный потенциал.

*Орлова Елена Роальдовна
E-mail: orlova@isa.ru*

*Бочарова Ирина Евгеньевна
E-mail: orlova@isa.ru*

*Дарменко Александр Алексеевич
E-mail: alex@turbina.ru*

РЕЦЕНЗИЯ

Статья написана на актуальную тему и продолжает цикл исследований авторов по тематике, связанной с оценкой инвестиционного потенциала отраслей экономики Российской Федерации. В статье дается системная оценка одного из направлений российской экономики – отрасли туризма. Делается вывод о том, что туристская отрасль, ориентированная в первую очередь, на внутренний туризм, сможет содействовать более быстрому преодолению кризиса, и увеличению темпов роста валового внутреннего продукта (ВВП). Но для того чтобы подобное стало реальным, необходима активная позиция государства, в первую очередь направленная на создание эффективной инфраструктуры, прежде всего транспортной.

В статье предложен подход, согласно которому туристическая отрасль исследуется, опираясь на общепринятые для экономики понятия – экспорт, импорт, внутреннее производство и потребление. На основе данного подхода сделана попытка системно оценить привлекательность туристской отрасли РФ, выяснить, какие существуют проблемы ее эффективного функционирования, в какой степени туристская отрасль может способствовать диверсифицированному развитию нашей страны и росту ВВП.

Заключение: рецензируемая статья отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к публикации в журнале «Аудит и финансовый анализ».

Лившиц В.Н., д.э.н., профессор, заведующий лабораторией Федерального исследовательского центра «Информатика и управление» Российской Академии наук.