

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РОССИИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

## RUSSIA: COMPETITIVENESS IN TOURISM

*В статье рассматриваются вопросы конкурентоспособности российского туризма, анализируются рейтинги конкурентоспособности стран в сфере туризма за 2013 год, рассматриваются направления повышения конкурентоспособности российского туризма.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность туризма, туристская дестинация, туризм.

*Some issues of competitiveness of the Russian tourism are being studied herein; tourism competitiveness rankings of various countries in 2013 are being analyzed in the paper; some avenues of increasing the Russian tourism competitiveness are outlined herein.*

**Keywords:** tourism competitiveness, tourism destination, tourism.

Экономическая роль туризма возрастает во всем мире. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) в 2012 году вклад туризма в мировой ВВП достиг 6 триллионов долларов, что составляет 9%. Число занятых в индустрии туризма составляет 120 млн человек и 125 млн – в смежных отраслях, другими словами, одно рабочее место из 11 во всем мире создано туриндустрией [6].

Для оценки конкурентоспособности туристской индустрии разрабатываются специальные рейтинги. Наиболее известной является оценка конкурентоспособности туриндустрии стран, проводимая Всемирной организацией туризма и путешествий (WTTC) [2]. В ежегодном докладе Travel and Tourism Competitiveness Report, публикуемом с 2008 года в рамках Всемирного экономического форума – World Economic Forum (WEF), – рассматривается индекс конкурентоспособности туриндустрии различных стран, учитывающий факторы, влияющие на привлекательность туриндустрии для развития и инвестиций. Все факторы группируются в три субиндекса (блока):

- 1) государственное регулирование:
  - законодательные нормы;
  - защита окружающей среды;
  - безопасность;
  - медицина и гигиена;
  - приоритетность сектора;

- 2) бизнес-климат и инфраструктура:
  - воздушный транспорт;
  - наземный транспорт;
  - инфраструктура для туризма;
  - ИКТ-инфраструктура (информация и коммуникационные технологии);
  - ценовая конкурентоспособность туристского сектора;
- 3) ресурсы:
  - людские ресурсы;
  - отношение к внешним туристам;
  - природные ресурсы;
  - культурные ресурсы.

При составлении рейтинга и индекса конкурентоспособности секторов путешествий и туризма (ТТСИ) используются статистические данные и исследования всемирных организаций, в том числе – Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), Международного союза по сохранению природы (IUCN), Всемирной организации по туризму (UNWTO), Всемирного совета по путешествиям и туризму (WTTC), а также результаты опросов топ-менеджеров. В каждой из стран, участвующих в рейтинге, проводится специальное исследование уровня развития туристического сектора с помощью двух методик. Первая базируется на использовании открытых статистических данных по туризму и всем смежным с ним отраслям, в частности оцениваются стоимостные составляющие туров (цены авиабилетов, гостиничных номеров, стоимость портовых и аэропортовых сборов), учитывается количество памятников, охраняемых ЮНЕСКО, и т.п. Вторая методика вклю-

<sup>1</sup> Доктор экономических наук, доцент, декан факультета бизнес-технологий в туризме НОУ ВПО «Российский новый университет».

чает опрос руководителей крупных компаний из всех секторов экономики об их отношении к туристическому сегменту. На основе этих данных составляется интегрированный рейтинг конкурентоспособности туристской индустрии стран.

В 2008 году в рейтинге участвовали 124 страны (Россия заняла 64 место), в 2009 – 133 страны (Россия заняла 59 место), в 2011 – 139 стран (Россия осталась на 59 месте) [4]. В рейтинге 2013 года Россия опустилась на 63 место из 140 мест [5]. В таблице 1 приведены рейтинги стран в сфере туризма за 2011 и 2013 годы.

Таблица 1

**Рейтинги конкурентоспособности стран в сфере туризма**

Страна	Рейтинг 2011 г.	Рейтинг 2013 г.	Изменения в рейтинге 2011–2013 гг.
Швейцария	1	1	0
Германия	2	2	0
Австрия	4	3	+1
Испания	8	4	+4
Великобритания	7	5	+2
Соединенные Штаты	6	6	0
Франция	3	7	4
Канада	9	8	+1
Швеция	5	9	-4
Сингапур	10	10	0
...	...	...	...
Российская Федерация	59	63	-4

Значения субиндексов для России следующие [5]:

- государственное регулирование – 4,24 (92 место);
- бизнес-климат и инфраструктура – 4,22 (46 место);
- ресурсы – 4,02 (58 место).

Крайне низко оцениваются законодательные нормы (123 место), в частности чрезвычайно мала доля иностранного капитала, недостаточно защищены имущественные права, наличие визового режима для туристов из многих стран. Экологическая составляющая (защита окружающей среды) занимает 134 место. Обеспечение безопасности оценивается низко (113 место), при этом отмечается высокий уровень преступности, отсутствие доверия к полиции, большое количество дорожно-транспортных происшествий. Оценка медицины и гигиены достаточно высокая (14 место). Приоритетность (значимость) ту-

ризма в стране оценивается также крайне низко (111 место).

Инфраструктура воздушного транспорта оценивается как достаточно развитая (33 место), но существенно отстает развитие наземного транспорта и инфраструктуры (93 место). Развитие туристской инфраструктуры занимает 40 место, развитие ИКТ-инфраструктуры – 37 место. Ценовая конкурентоспособность туристского сектора невысока (72 место).

Оценка людских ресурсов – 92 место, отношение к внешним туристам – 138 место. По оценке природных ресурсов Россия занимает 37 место, культурных ресурсов – 39 место.

Изучение основных индикаторов, характеризующих уровень развитости туризма в России, дает весьма неоднозначную картину. Неизменно высокие позиции занимает оценка природных и культурных позиций страны, что совершенно очевидно. Однако слишком низкая оценка значимости туризма со стороны государства (124 место) вызывает недоумение. В последние годы российское правительство уделяет достаточно много внимания развитию туризма, в частности в 2011 году была принята федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», целью которой является повышение конкурентоспособности туристского рынка Российской Федерации, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах. ФЦП предусматривает общее финансирование на развитие туризма в размере 332 млрд рублей, в том числе за счет средств федерального бюджета – 96 млрд рублей (28,9 процента) [1]. Последние два года характеризуются повышением активности регионов в развитии туризма.

Значимость туризма со стороны государства может быть усилена за счет совершенствования структуры управления туризмом. Во многих странах, где туризм является важным экономическим фактором и имеет большой вклад в ВВП стран, существуют специальные министерства по туризму, очевидно, в России также необходимо создать соответствующее министерство.

Наиболее важным фактором развития туризма является отношение местного населения к туристам, которое оценено в России крайне низко (138 место из 140). Туризм является специфической сферой деятельности, в нем тесно переплетаются экономические и социальные аспекты, которые непосредственно сказываются на формировании конкурентоспособного туристского продукта. Предоставление туристской услуги

осуществляется в конкретной туристской дестинации, куда прибывает турист.

В процессе осуществления туристской поездки турист достаточно тесно контактирует с местным населением, поэтому немаловажное значение для туриста имеет доброжелательное отношение к нему местного населения, т.к. это создает дополнительный комфорт и повышает качество туристской услуги, которая в этой части не зависит от принимающего туроператора, а определяется общей социально-культурной атмосферой дестинации. Степень коммуникации туристов с местным населением может быть разной. Для территориально обособленных туристских дестинаций, например отдельно стоящих пляжных гостиниц с большой территорией или туристско-развлекательных комплексов, обеспечивающих весь цикл обслуживания туристов, включая их проживание, питание, развлечения и т.п., влияние местного населения минимально, т.к. туристы могут не покидать территории этого комплекса и не встречаться с местным населением. Более тесный контакт и общение посетителей с местным населением происходит в туристских дестинациях, где туристы посещают музеи, театры, пользуются общественным транспортом и т.п. В этом случае общее впечатление туриста о путешествии складывается не только от качества предоставляемых ему туристских услуг, но и от отношения местного населения к туристам, поэтому следует рассматривать туристский продукт в расширенном смысле слова, т.е. включать в туристский продукт то впечатление, которое получено туристом и от местного населения.

С точки зрения формирования стратегических факторов развития конкурентных преимуществ и повышения конкурентоспособности российского туристского продукта и самой дестинации, особое значение приобретает формирование доброжелательного отношения местных жителей к приезжающим в дестинацию туристам. Это представляется достаточно важной и сложной проблемой, т.к. местные жители должны понимать и осознавать значимость развития туризма для дестинации, они должны ощущать значимость туризма на уровне личностного восприятия. Сформировать это понимание можно тогда, когда местные жители будут ощущать отдачу от туризма, в частности получать новые рабочие места, осуществлять успешную предпринимательскую деятельность, связанную с обслуживанием туристов, получать доходы от туризма. Таким образом, в основе лояльности местного населения к приезжающим в их дестинацию

туристам должны быть, прежде всего, экономические причины.

В последние десятилетия получила развитие теория «экономики участия», которая представляет экономическую систему, в которой наемные работники участвуют в хозяйственной системе общества, прежде всего, становятся реальными собственниками. Благодаря совмещению работника и собственника в одном лице уничтожается противоположность между капиталом и трудом; происходит определенное сближение интересов субъектов корпоративных отношений; у трудового коллектива появляется заинтересованность в результатах труда и в развитии фирмы, что способствует достижению и институциональной цели предприятия, которое становится на путь устойчивого, безопасного и конкурентоспособного развития. Основные схемы практического участия трудового коллектива в деятельности предприятия делятся на три группы: участие в прибыли, участие в управлении и участие в собственности [3]. Каждая из систем разрешает определенные противоречия: участие в прибыли – противоречие между доходами предприятия и вознаграждением работника; участие в управлении – противоречие «труд – управление»; участие в собственности – противоречие «труд – собственность»; при совмещении систем – достигается разрешение противоречий между собственностью, трудом, производством и хозяйствованием.

Рассматривая теорию «экономики участия» относительно сферы туризма, можно утверждать, что она применима как на микро-, так и на мезоуровне. На микроуровне речь идет о заинтересованности в развитии въездного туризма тех жителей дестинации, которые непосредственно работают на предприятиях туристской индустрии. На мезоуровне «экономика участия» проявляется в заинтересованности местного населения, не работающего в сфере туризма, через другие экономические инструменты, например ПИФы.

Предлагаются следующие пути повышения заинтересованности местного населения в развитии туристской дестинации в рамках теории «экономики участия»:

– создание новых рабочих мест в туристской индустрии и их предоставление местному населению, в том числе и в рамках мультипликативного эффекта;

– повышение материальной заинтересованности за счет создания ПИФов, ориентированных на туристскую индустрию дестинации.

Экономический охват местного населения в рамках «экономики участия» должен быть как

можно шире, чтобы создать положительный социальный эффект от развития туризма. Местное население дестинации должно участвовать в повышении ее конкурентоспособности, создавая благоприятную среду для развития туризма, получая при этом экономический эффект.

### Литература

1. О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» / Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644.

2. Морозов М.А., Морозова Н.С. Модель оценки конкурентоспособности туристских дестинаций // Вестник российского государственного торгово-экономического университета. – 2012. – № 11 (70). – С. 100–108.

3. Решетникова И.И. «Экономика участия» как основа формирования репутационного ка-

питала организации // Предпринимательство. – 2010. – № 1.

4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011: Focus on Moving beyond the Downturn. [Электронный ресурс] URL: <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/index.html> (дата обращения 26.10.11)/

5. The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013: Reducing Barriers to Economic Growth and Job Growth. – [Электронный ресурс] URL: <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness/> (дата обращения 9.03.13)

6. Международный туризм растет быстрее мировой экономики. – [Электронный ресурс] URL: [http://ratanews.ru/news/news\\_6032013\\_6.stm](http://ratanews.ru/news/news_6032013_6.stm) (дата обращения 6.03.13)