

А. С. Лесков

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Работа представлена кафедрой социально-культурного сервиса и туризма ЛГУ им. А. С. Пушкина.
Научный руководитель – доктор экономических наук, профессор А. Б. Крутик*

Статья посвящена вопросам функционирования отрасли хозяйства, относящейся к сфере услуг. Автор предлагает идеи, направленные на нивелирование существующих негативных экономических тенденций в развитии данной сферы.

The article is devoted to the problems of functioning of the economy branch that relates to the services sector. The author suggests the ideas aimed at leveling the existing negative economical tendencies in this sphere's development.

Современная индустрия туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства¹. На долю туризма приходится около 10% мирового валового национального продукта, мировых инвестиций, всех рабочих мест и мировых потребительских расходов. Для привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры туризма, с учетом специфики данной отрасли, необходимо привести в действие организационно-экономические механизмы, стимулирующие инвестиционную деятельность в объекты индустрии туризма.

Активное привлечение инвестиций в практику хозяйствования могло бы внести значительный вклад в развитие инфраструктуры туристской индустрии субъектов федерации Северо-Запада России.

Условием создания эффективно функционирующей системы управления инвестиционными процессами туристской отрасли выступает повышение научной обоснованности управленческих решений в области инвестирования, обеспечение взаимодействия таких основных элементов системы управления, как принципы, методы, функции управления, инструментарий, ориентирующие реализацию инвестиционных проектов на достижение необходимых результатов и уровня эффективности. Эти обстоятельства предопределяют необходимость формирования такого механизма управления процессом инвестирования средств в турбизнес хозяйствующих субъектов национальной экономики, который обеспечивал бы достижение поставленных целей инвестиционного проектирования, как в стратегическом аспекте, так и в недалеком будущем.

Кроме этого, результативность функционирования системы управления инвестированием в сфере туризма может быть значительно увеличена за счет государственных инвестиционных инструментов поддержки туристских программ, льготного кредитования хозяйствующих лиц, обеспечения высокого уровня инвестиционной

привлекательности объектов национальной экономики для иностранных и отечественных инвесторов, содействия накоплению средств мелких вкладчиков финансово-кредитными учреждениями, институциональными инвесторами.

Успех развития туризма напрямую зависит от уровня государственной поддержки этой отрасли.

Опыт крупнейших российских туроператоров показал, что правильная стратегия и эффективная маркетинговая программа позволяют фирме определить целевые рынки, выбрать постоянных надежных партнеров, существенно увеличить объем продаж, долю рынка.

Санкт-Петербург, пожалуй, самый привлекательный и перспективный туристский центр страны. Уникальный архитектурный ансамбль, каналы и реки, памятники культуры обрезают Санкт-Петербург на неизменный интерес к нему туристов не только всех уголков России, но и всего мира. Здесь на туристском рынке работает более 2 тысяч фирм, организующих прием гостей Санкт-Петербурга. Только в 2006 г. гостиницы на более чем 40 тысяч мест разместили более 1 млн приезжих, из которых около 500 тысяч – иностранные гости. Среднегодовая загрузка гостиниц составила за 2006 г. 60,4% (в 2000 году – 41,3%).

Рост круизного туризма в Санкт-Петербурге в 2006 г. составил 10% в сравнении с уровнем предыдущего года. По результатам анализа статистических данных, представленных Северо-Западным пограничным округом, за 2006 г. Санкт-Петербург посетили около 3,7 млн граждан, отнесенных Федеральным законом о туризме к категории туристов. В 2006 г. сохранилась положительная тенденция увеличения потоков круизных туристов. Кроме того, в Санкт-Петербурге находится 74 санаторно-оздоровительных учреждения на 14 тысяч мест. Ежегодный стабильный рост въездного туризма составляет 8–10%, хотя эти цифры могли бы быть выше.

Для невысоких темпов роста въездного туризма есть свои причины, основные из которых – неразвитость федеральной и местной нормативно-законодательной базы, в том числе отсутствие гибкой системы стимулирования туристских предприятий и налоговых льгот, недостаток гостиниц среднего класса, слабая инфраструктура, выраженная сезонность туризма, связанная с климатическими особенностями.

Вместе с тем, в условиях сохраняющейся положительной динамики экономического развития в текущем году отмечается снижение объема въездных туристских потоков (до 11% спада). Такая тенденция не может не настораживать, так как именно затраты наших зарубежных гостей все еще составляют наибольшую долю в туристских расходах, дающих последующий импульс развитию всей туристской инфраструктуры. Прежде всего, по данным опросов зарубежных гостей, это объясняется растущей дороговизной предоставляемых услуг. Она обусловлена недостатком инвестиций для расширения существующего бизнеса и обновления ветшающих основных фондов. При этом предприниматели, с целью снижения налогового бремени, просто вынуждены идти на такие неправомерные меры, как заведомо неверное оформление землеотводов и т. д. В связи с этим для привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры туризма, с учетом специфики данной отрасли, необходимо привести в действие дополнительные механизмы, стимулирующие инвестиционную деятельность в данной сфере.

Процесс управления инвестициями (управления инвестиционной деятельностью) представляет собой сознательное целенаправленное регулирование всех видов денежных, имущественных и интеллектуальных ценностей, вкладываемых в объекты предпринимательства и другие виды деятельности для получения прибыли (дохода) или достижения социального эффекта.

Активизация инвестиционной деятельности зависит от наличия трех основных

факторов: инвестиционных возможностей, инвестиционных намерений и организационных структур, способных к развитию управленческих связей между организациями, консолидации интересов и возможностей, способствующих эффективной реализации инвестиционных проектов, направленных на совершенствование туристских отношений. Развитый туризм благодаря большому потоку приезжих обеспечивает региону, прежде всего, денежный доход, поступающий извне, и дополнительный товарооборот.

Освоение туристского потенциала является сравнительно простой задачей при наличии двух существенных предпосылок:

- имеется особый «магнит» для посетителей, это могут быть какая-то особенная достопримечательность, монастырь, музей, единственные в своем роде архитектурные сооружения или исключительная природа и возможности для занятий спортом;
- в непосредственной близости имеется достаточно высокий потенциал клиентов, который может привести к возникновению больших потоков посетителей.

Тем не менее во многих регионах, имеющих необходимый потенциал, он до настоящего времени не используется достаточно эффективно. Зачастую даже при наличии значительного числа посетителей вследствие неразвитости туристской инфраструктуры и отсутствия комплексного туристского предложения туризм не приносит региону сколько-нибудь ощутимого дохода. Туристы часто вынуждены привозить с собой из дома продовольствие и все необходимое для отдыха, в результате они оставляют в местах своего пребывания только мусор, но не деньги.

Комплексное освоение имеющегося туристского потенциала осложняется тем, что для всестороннего решения вопроса свои усилия должны объединить все многочисленные участники туристского бизнеса и заинтересованные стороны, с тем чтобы создать и претворить в жизнь общую концепцию, которая в конечном итоге призвана принести выгоду всем.

Обобщенные рецепты успешного развития туризма во многих регионах, имеющих необходимый туристский потенциал, можно сформулировать следующим образом:

- прагматическое начало с маленьких, быстро реализуемых и не требующих привлечения большого капитала шагов;

- привлечение всех участников, прежде всего малого предпринимательства, к разработке совместной концепции и координация процесса со стороны местной администрации;

- ориентированность туристского предложения на жителей близлежащих крупных городов, прежде всего на туристах, приезжающих на один день или для проведения короткого отпуска,

- кооперация при проведении рекламы и сотрудничество с туристскими фирмами.

Приступая к планомерным мероприятиям, направленным на комплексное развитие туризма, следует иметь в виду: туризм способствует развитию предприятий, созданию новых рабочих мест, росту налогового потенциала территории, создает новые экономические импульсы в регионах и муниципальных образованиях. Кроме того, туризм улучшает имидж региона как экономически развитой территории в совокупности. Проведенная в этом направлении работа быстро окупится. Во многих районах и городах, а также субъектах Федерации в случае концентрации сил на развитии туризма успех органам местного самоуправления обеспечен, а это означает и успешное развитие местной экономики.

Туризм представляет собой лишь один сегмент экономического развития, но при наличии определенных предпосылок и условий он может стать основным и наиболее выгодным направлением экономики страны или региона.

Исследуя индикативную роль туризма как показателя координации действий органов государственной власти и бизнеса, автор пришел к выводу, что туризм, турбизнес, его инфраструктура и степень их развития в регионе могут служить хорошим

показателем потенциала для коренного улучшения взаимоотношения между органами местного самоуправления и малым и средним предпринимательством. Туризм требует, в первую очередь, привлечения для решения общей задачи улучшения туристской инфраструктуры всех заинтересованных организаций и частных предпринимателей. Кроме того, необходимы значительные координационные усилия со стороны органов местного самоуправления, равно как и четкое согласование действий между муниципальным и областным уровнями власти.

В связи с этим именно туризм дает эффективный импульс развитию экономики территориальных образований и активной поддержке малого и среднего предпринимательства в целом.

Разработка (формулирование) стратегии развития туризма с самого начала должна быть сконцентрирована на трёх главных направлениях:

- разграничение функций и определение ролей участвующих сторон в процессе согласованной работы по развитию туристской инфраструктуры в регионе или муниципалитете в целом;

- формулирование проектов, подлежащих реализации, прежде всего мероприятий, гарантирующих быструю окупаемость;

- создание профессионального маркетинга.

Во многих регионах имеется целый ряд притягательных для туристов центров, которые уже сейчас действуют в качестве магнитов для посетителей. Однако при этом налицо значительный дефицит в других сферах, вследствие чего использование туристского потенциала еще очень слабо и не приносит ощутимого экономического результата.

Российские регионы благодаря своим достопримечательностям и памятникам истории могут быть конкурентоспособными на среднесрочный и долгосрочный период и в международном туризме. Созда-

ние соответствующих предпосылок, расширение инфраструктуры и формирование комплексного пакета туристских услуг являются необходимыми предпосылками для формирования туризма как одной из бюджетообразующих отраслей отечественной экономики.

В последнее время туризм получил значительное развитие и стал массовым социально-экономическим явлением международного масштаба. Быстрому его развитию способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить знания по истории своего Отечества и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Туризм входит в число наиболее перспективных отраслей национальной экономики. На его долю приходится около 10% мирового валового национального продукта, мировых инвестиций, всех рабочих мест и мировых потребительских расходов. По прогнозам зарубежных специалистов к 2010 г. количество международных туристских поездок составит 937 млн, а поступления от туризма достигнут 1,1 трлн долларов США. При этом доход, получаемый от одного туриста, в среднем составит 1252 USD (в настоящее время зарубежный турист тратит в поездке около 500 USD).

Так как современная индустрия туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства, в этой связи в Санкт-Петербурге и Ленинградской области создается большое количество малых и средних предприятий, играющих не последнюю роль в региональной экономике.

Опыт ведущих стран современного мира со всей очевидностью доказывает необходимость наличия в любой национальной экономике высокоразвитого и эффективного малого предпринимательского сектора. Поэтому возрождение России невозможно осуществить без соответствующего

этому развитию данного сектора экономики, так как именно он является тем локомотивом, который буквально тащит за собой экономическое и социальное развитие.

Но в то же время недостаточно внимания уделено изучению влияния малого предпринимательства на структурные преобразования региональной экономики, формированию рациональной структуры индустриальных центров на основе развития малого бизнеса, разработке экономического взаимодействия территориальных органов власти и малого бизнеса, методологии комплексной оценки предпринимательских проектов и проведению их экспертизы в отдельных городах и регионах, нехарактерных для промышленно развитых стран условиях, условиях современной России.

Для привлечения инвестиций в развитие инфраструктуры туризма, с учетом специфики данной отрасли, необходимо привести в действие организационно-экономические механизмы, стимулирующие поступление инвестиций в развитие индустрии туризма.

Санкт-Петербург – культурная и туристская столица России. В нем сосредоточены культурные ценности мирового значения, являющиеся национальным достоянием нашей страны. Разумное использование туристских ресурсов способно приносить Санкт-Петербургу существенный доход.

Санкт-Петербург обладает уникальным туристским потенциалом и способен конкурировать на мировом рынке с крупнейшими туристскими центрами. Потенциал Санкт-Петербурга составляют:

- культурно-историческое и архитектурное наследие;
- культурные, деловые, спортивные и др. мероприятия;
- услуги, которые могут быть оказаны в Санкт-Петербурге или его пригородах (образовательные, оздоровительные, т.п.);
- выгодное географическое положение.

Кроме того, высокий культурный и интеллектуальный уровень жителей Санкт-Петербурга, а также безопасная геополитическая ситуация в регионе являются

тическая обстановка в регионе в целом делают город по-настоящему привлекательным для туристов со всего мира и позволяют продвигать Санкт-Петербург как центр различных видов туризма: культурного, событийного, экологического, водного, спортивного, образовательного, делового, конгрессного, инсентив-туризма. Благодаря бурному развитию инфраструктуры развлечений (казино, ночные клубы, фешенебельные рестораны) Санкт-Петербург можно позиционировать и как центр элитного туризма.

Однако целый ряд объективных причин, а также неэффективный маркетинг города и недостаточно спланированная рекламная кампания на мировом рынке туристских услуг ведут к тому, что туризм в Санкт-Петербурге имеет явно выраженный сезонный характер, и в целом возможности города как мирового туристского центра реализуются лишь в незначительной мере.

Причиной недостаточных результатов от продвижения Санкт-Петербурга является, в том числе, отсутствие систематического взаимодействия в этой сфере между туроператорами, работающими на прием, гостиницами, поставщиками услуг (музеями, театрами), объектами туристского интереса, предприятиями инфраструктуры развлечения.

При этом эксперты считают: главная причина низкой рентабельности объектов инфраструктуры туризма в Санкт-Петербурге кроется в том, что даже после проведенного в гостиничной сфере процесса акционирования весьма солидные пакеты акций остались в руках государства.

С одной стороны, это неплохо: в процессе допродажи акций администрация Петербурга сможет получать в бюджет весьма значительные средства. С другой стороны, мировая практика доказывает, что государственное управление гостиничным бизнесом весьма неэффективно. К тому же практически все петербургские отели нуждаются в инвестициях на поддержание своей деятельности, капитальный ремонт, а также средств на переобучение персонала. Разумеется, у самого города средств на это нет.

Привлечение частного капитала в гостиничный бизнес необходимо не только на реконструкцию, но и на строительство новых отелей среднего класса. Именно трехзвездочных, сравнительно дешевых, но предоставляющих достаточно высокий по западным меркам сервис гостиниц катастрофически не хватает Петербургу. У тех, что сегодня имеются в городе, инфраструктура и оборудование настолько изношены, что не подлежат обновлению. Следовательно, речь идет только об их полной замене. Видимо, до тех пор пока городские власти не приступят к решению этой проблемы, не стоит говорить о превращении города в международный туристский центр.

Даже если в городе появятся фирмы (скорее всего западные), расположенные инвестировать в гостиничный бизнес, их деньги потекут, в первую очередь, не на новое строительство, а на реконструкцию.

Как свидетельствует практика, немногочисленных инвесторов продолжают интересовать пока лишь элитные отели. Объяснение этому явлению лежит на поверхности: по сей день пятизвездные отели продолжают собирать те доходы, которые могли бы получать гостиницы среднего класса, если бы они были представлены на рынке Петербурга. Западные туристы и предприниматели, как правило, останавливаются в одном из трех лучших отелей города и лишь в пик сезона соглашаются на весьма посредственные услуги.

Современное развитие туризма и его инфраструктуры сопряжено, главным образом, с некоторым кризисом управленческой и координационной функции со стороны государства на всех уровнях. В качестве примера можно привести введение новых правил учета иностранных туристов миграционной службой. По новым правилам учета турист должен иметь при себе паспорт, миграционную карту и квиток, выдаваемый районной паспортно-визовой службой. Гостиницы должны оформлять последний для своих постояльцев в течение суток, что не может обеспечить сама паспортно-визовая служба ввиду недостатка

ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ

соответствующих сотрудников. Отелям предлагается копить документы и приносить их, скажем, раз в неделю. Но, понятно, что многие из этих туристов уже уедут домой, тем более, что большинство из них по статистике приезжают в наш город не более чем на сутки. По прежним правилам печать в миграционную карту ставили прямо в гостинице. Когда иностранный турист уезжает из России, на границе происходит проверка по компьютерной базе данных. В случае отсутствия данных на туриста в компьютерной базе данных оштрафован будет отель. По некоторым данным его размер может составлять до 500 тыс. рублей. Такая сумма (за каждого неверно оформленного туриста!) вполне способна подкосить бизнес не самого маленького отеля. Некоторые отели, такие как сеть мини-отелей «Ринальди», вообще временно отказались от приема иностранных туристов, благо еще не сезон.

В качестве основных можно назвать следующие тенденции развития сектора гостиничного хозяйства Санкт-Петербурга:

- ожесточение конкурентной борьбы в условиях рынка покупателей, вплоть до полного вытеснения конкурентов с рынка;

- усиление позиций на рынке международных гостиничных концернов и объединений (в качестве примера можно привести Гранд Отель Европа (Кемпински), Невский Палас (Шератон));

- в перспективе изменение целей инвестиционной экспансии международных гостиничных концернов: перенос центра тяжести на инвестиции именно в средние и малые гостиницы. Гостиничные концерны переходят от экспансии в верхних слоях рынка (люкс услуг) к нижним сегментам (гостиницы 2–3-й категории);

- новая политика «торговой марки» гостиничных объединений (простота и функциональность обстановки гостиничных номеров, территориальная экспансия);

- вытеснение с рынка неконкурентоспособных предприятий гостиничного хозяйства.

Один из путей улучшения ситуации – это оптимизация производственного процесса путем кооперации – горизонтального интегрирования предприятий, например, в форме делегирования независимыми предприятиями части своих хозяйственных функций учрежденному ими центральному органу – объединению, союзу.

ПРИМЕЧАНИЕ

¹ Постановление Правительства РФ № 177 от 26.02.1996 г. «О федеральной целевой программе «Развитие туризма в Российской Федерации»