ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 338.48(100)

Г.Л. Белов

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ СРЕДА ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 13-32-01263 «Организационно-экономический механизм развития экспорта туристских услуг»

В работе проанализированы ключевые составляющие институциональной среды организационно-экономического механизма развития экспорта туристских услуг: национальная и международная нормативно-правовая база развития въездного туризма, рыночный механизм в сегменте экспортноориентированного туристского продукта, государственная политика в сфере развития экспорта туристских услуг, сложившиеся социально-культурные взаимоотношения отношения в обществе, толерантность и обеспечение безопасности.

Туристские услуги, экспорт, институциональная среда, платежный баланс страны, организационно-экономический механизм, поездки.

In research the key components of the institutional environment of the organizational and economic mechanism of development of export of tourist services are analysed: national and international standard and legal base of development of entrance tourism, a market mechanism in a segment of an export-oriented tourist product, a state policy in the sphere of development of export of tourist services, the developed welfare relationship of the relation in society, tolerance and safety.

Tourist services, export, institutional environment, balance of payments of the country, organizational and economic mechanism, trips.

Развитие туризма в современном мире является частью процесса глобализации социальных и экономических процессов. Сама сущность туризма как активного отдыха, предполагающего смену постоянной среды проживания, обуславливает развитие международных туристских обменов.

Международный туризм выступает одним из важнейших отраслей международной торговли услугами, быстрорастущим сектором мировой экономики, прибыльным видом бизнеса с быстрорастущими крупными инвестициями. В современной мировой экономике формируется глобальная туристская система, включающая международные сети отелей, воздушных, водных, наземных туристских перевозок и компьютерные системы бронирования.

Последнее десятилетие развитие международного туризма в Российской Федерации характеризуется ростом структурных диспропорций во внешнеторговом балансе, что более ярко проявилось в условиях международных глобальных противоречий. Динамичный рост дефицита по статье «Поездки» в платежном балансе страны должен быть объектом пристального внимания системы государственного регулирования экономики и актуальной темой для научного исследования.

Механизм развития международного туризма заложены в концепции профессора Мейсенского университета (г. Окленд) Н. Лейпера. Он впервые рассмотрел туризм как систему, состоящую из следующих основных элементов:

1) географический компонент;
2) туристы;
3) туристская индустрия.

Географический компонент включает в себя три основных составляющих: регион, порождающий туристов; транзитный регион; регион туристской дестинации.

Страна, принимающая туристов, является туристской дестинацией, куда поступают денежные средства и вывозятся туристские впечатления, что в платежном балансе услуг по статье «Поездки» учитывается как экспорт туристских услуг. В международном разделении труда и глобальной конкуренции в сфере туризма каждая страна заинтересована выступать больше в качестве туристской дестинации, чтобы обеспечить положительный платежный баланс по экспортно-импортным операциям.

Участие России в международной конкуренции за расширение туристского экспорта определяется рядом факторов внутренней и внешней среды, в т.ч.

экономической и политической ситуацией в стране и в международных отношениях, уникальностью природных, культурно-исторических и этнографических рекреационных ресурсов и неразвитостью туристской инфраструктуры, информационным продвижением и языковыми барьерами и т.д.

Современные тенденции международного разделения труда в сфере туризма характеризуются сильной ролью государства в обеспечении туристского экспорта. Национальные туристские организации при поддержке государства реализуют комплекс мероприятий по созданию условий для развития въездного туризма и экспорта туристских услуг. В рамках программно-целевого подхода государственного регулирования экономики инвестиции направляются на развитие инфраструктуры туризма. Туристские организации заинтересованы в увеличении туристского спроса на свои услуги, в том числе за счет привлечения иностранных туристов.

Формирование базовых условий для развития экспорта туристских услуг в стране можно определить как институциональную среду, включающую совокупность основополагающих политических, социальных и юридических правил для производства, обмена и распределения туристских услуг и правила поведения иностранных туристов.

Среди элементов институциональной среды экспорта туристских услуг в Российской Федерации можно назвать таможенные правила, визовые правила, правила пограничного контроля, правовое положение иностранного гражданина в Российской Федерации, сертификация услуг размещения, правила ценообразования, правила перевозки пассажиров на международных и внутренних маршрутах, условия включения в реестр туроператоров международного туризма и др.

Институциональная среда развития экспорта туристских услуг является пассивной формой государственного регулирования экономики, а для полноценного использования туристского потенциала страны нужны активные инструменты. В качестве такого инструмента может выступать организационно-экономический механизм, который кроме институциональной среды включает институциональное взаимодействие и направленное воздействие по ключевым факторам развития экспорта туристских услуг (см. рисунок).

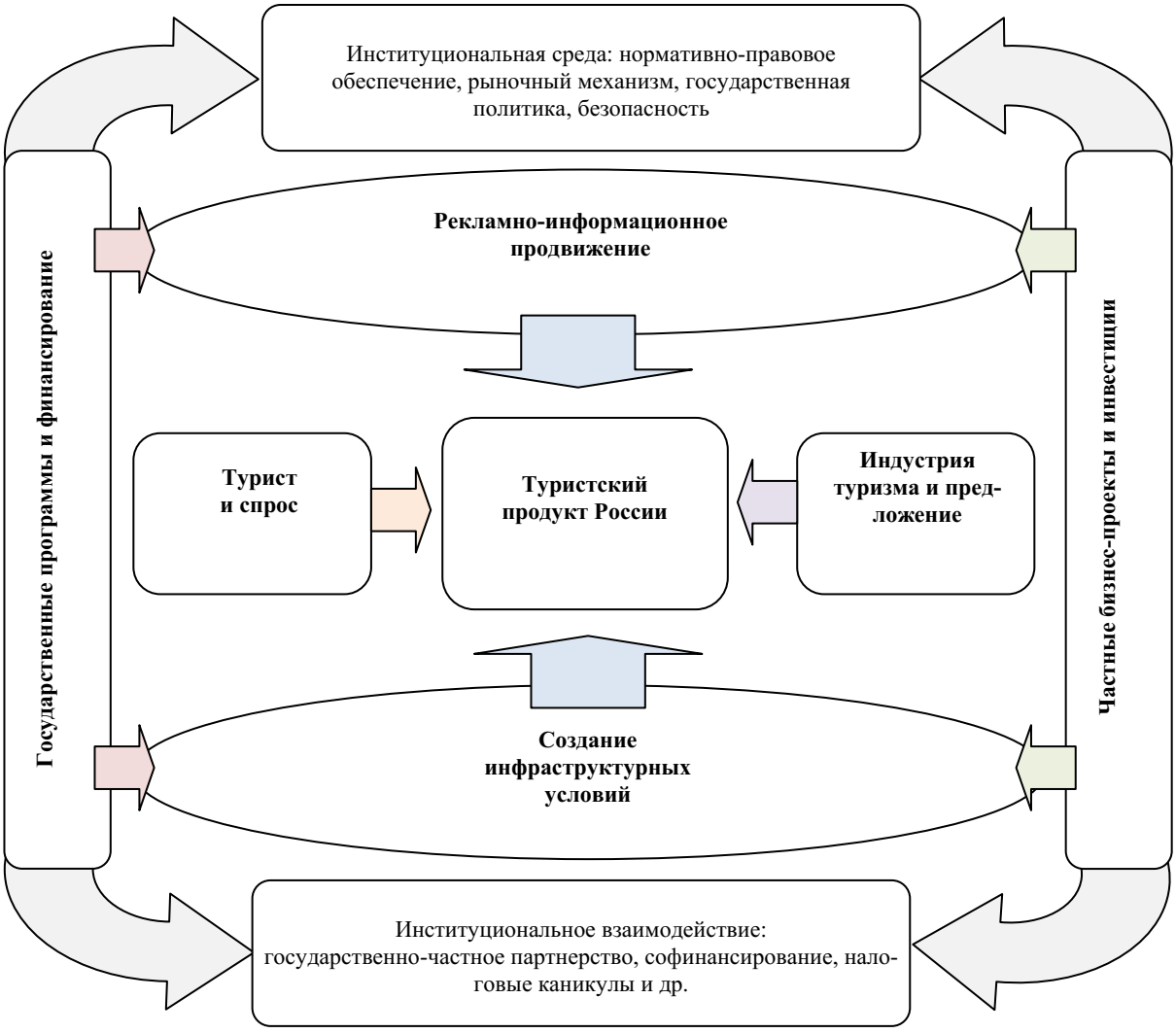


Рисунок. Институциональные основы организационно-экономического механизма развития экспорта туристских услуг

Надо отметить, что диспропорции в развитии международного туризма в России связаны не с конъюнктурными проблемами международных отношений 2014 г., а слабым развитием инфраструктуры и сферы сервиса. Противоречия между мощным и зачастую неэффективно используемым ресурсным потенциалом для развития туризма и низкой степенью удовлетворенности потребностей туристов. Недостаточно изученными остаются вопросы формирования организационно-экономического механизма, который обеспечивал бы эффективное использование имеющихся ресурсов для развития туризма.

Организационно-экономический механизм развития экспорта туристских услуг представляет собой оптимальное сочетание государственного регулирования и рыночной конкуренции: инструменты и методы системного воздействия на формирование туристского продукта, пользующегося спросом на международном рынке.

В широком понимании институциональная среда организационно-экономического механизма развития экспорта туристских услуг включает себя большое количество влияющих факторов, которые не всегда можно структурировать и оценить. Для целей анализа представляется возможным выделить ключевые составляющие институциональной среды организационно-экономического механизма развития экспорта туристских услуг:

1) национальная и международная нормативно-правовая база развития въездного туризма;

2) рыночный механизм в сегменте экспортно-ориентированного туристского продукта;

3) государственная политика в сфере развития экспорта туристских услуг, в т.ч. рекламно-информационное продвижение и создание инфраструктурных условий;

4) безопасность туристов во время путешествий.

От состояния ключевых составляющих институциональной среды зависит уровень развития экспорта туристских услуг в стране. Представляется возможным оценить уровень соответствия этих составляющих потребности динамичного развития экспорта туристских услуг.

В Российской Федерации национальная нормативно-правовая база развития въездного туризма основана на международных документах, принятых на ассамблеях Всемирной туристской организации. Данная ключевая составляющая институциональной среды является наиболее значимой.

В рамках федеральных законов, реализации целевых государственных программ в России, по мнению автора, создана хорошая нормативно-правовая база развития экспорта туристских услуг. Однако, надо отметить, что есть мировая практика создания более лучших условий для экспорта туристского продукта страны. Одним из направлений улучшения нормативно-правовой базы экспорта туристских услуг является упрощение визовых формальностей. Например, разрешение иностранным круизным судам использовать внутренние водные маршруты России для организации международных круизов.

Экономическая основа развития экспорта туристских услуг, прежде всего, связана с интересами бизнеса в сфере максимизации прибыли и капитализации стоимости фирмы. В отличие от представителей внутреннего туристского потока иностранные туристы тратят больше. По данным Всемирной туристской организации средний уровень затрат по странам на международную поездку существенно отличается, например, для туристов из Германии средняя сумма, расходуемая в течение зарубежного путешествия составляет 971 евро, из Великобритания – 1423 евро, Франции – 793 евро, Италии – 1006 евро.

По расчетам Центрального банка России средние расходы одного въехавшего на территорию Российской Федерации нерезидента в 1 квартале 2014 г. составила 364 дол. США (за аналогичный период 2013 г. – 354 дол. США). Надо отметить, что среднедушевые расходы граждан дальнего зарубежья на поездки в Россию в 1 квартале 2014 г. составили 604 дол. США (рост с аналогичным периодом прошлого года на 11 %), а граждан СНГ – 207 дол. США, что на 8 % меньше, чем в аналогичном периоде 2013 г. [5].

В то же время, выезжая за границу в I квартале 2014 ., гражданин России в среднем тратил 1118 против 1022 дол. США годом ранее (на 9 % больше). При этом в странах дальнего зарубежья средние затраты составляли 1420 против 1312 дол. США (на 8 % больше), а в странах СНГ – 208 против 212 дол. США (на 2 % меньше).

Рыночный механизм в сегменте экспортноориентированного туристского продукта характеризуется традиционными элементами для экономики рыночного типа: спрос и предложение, издержки и прибыль, стоимость и ценообразование, конкуренция и монополизация, рыночное саморегулирование и государственное вмешательство.

Хотя и в СССР экспорт туристских услуг был развит без рыночного механизма, в современных условия эффективность рыночного механизма является ключевой и значимой составляющей институциональной среды.

Правила рыночного хозяйствования в экономике России работают не всегда эффективно. Монополизация экономики, административные барьеры, коррупция – все это снижает эффективность рыночного механизма. Необходимо улучшать конкурентную среду, содействовать развитию малого и среднего бизнеса в сфере экспорта туристских услуг, стимулировать улучшение качества предоставляемых услуг.

Государственная политика в сфере развития экспорта туристских услуг позволяет создать дополнительные нерыночные механизмы формирования благоприятной институциональной среды. Значимость данного ключевого элемента институциональной среды в современных условиях высокая. Во многих развитых странах национальная политика в сфере развития въездного туризма реализуется без прямого участия государства, а через некоммерческие организации.

В Российской Федерации, где традиционно государственная роль в приоритетных направлениях развития высока, значимость государственной политики в сфере развития экспорта туристских услуг высокая. Как показывает и мировая практика, в развитии экспорта туристских услуг ведущую роль играет государственная поддержка и продвижение национального туристского продукта. В нашей стране необходимо организовать на высоком уровне отраслевое регулирование и повысить эффективность политики в области развития и продвижения туризма и путешествий [1, с. 430].

Перспективы развития экспорта туристских услуг в настоящее время связаны с реализацией федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)», цель которой – повышение конкурентоспособности туристского рынка Российской Федерации, удовлетворяющего потребности российских и иностранных граждан в качественных туристских услугах [7].

Реализация в полном объеме мероприятий федеральной целевой программы "Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» призвано обеспечить рекламно-информационное продвижение туристского продукта страны и создать ряд туристско-рекреационных кластеров на всей территории страны.

Ведущие страны в сфере экспорта туристских услуг проводят существенно более активную государственную политику, в основном рекламно-информационную. Иностранный турист в Российской Федерации недостаточно получает информацию на международных языках, ухудшается имидживая составляющая страны, инфраструктурные условия во многом не соответствуют взыскательному спросу (см. таблицу).

Сложившиеся социально-культурные взаимоотношения в обществе, толерантность и обеспечение безопасности характеризуют общие правила пребывания иностранных туристов на территории. Данная ключевая составляющая институциональной среды является наиболее значимой. Безопасность пребывания иностранных туристов в Российской Федерации является актуальным вопросом и на сегодняшний день.

Для обобщающего анализа институциональной среды организационно-экономического механизма развития экспорта туристских услуг можно воспользоваться методом PEST-анализа и определить интегральное значение ключевых составляющих институциональной среды на определенный период времени. На сегодняшний день в Российской Федерации интегральный качественный показатель развитости институциональной среды экспорта туристских услуг составляет 3,3 из 5,0 максимально возможных. Для сравнения в ведущих странах с развитым экспортом туристских услуг данный интегральный показатель близок к 5,0.

Таблица

Ключевые составляющие институциональной среды экспорта туристских услуг в Российской Федерации

Наименование ключевых составляющих институциональной среды	Значимость (качественно-весовая оценка от 0 до 1)	Соответствие требованиям развития (качественная оценка от 0 до 5)	Пути улучшения
Национальная и международная нормативно-правовая база развития въездного туризма	0,3	4	Упрощение визовых формальностей
Рыночный механизм в сегменте экспортноориентированного туристского продукта	0,2	3	Повышение конкуренции и снижение издержек среди поставщиков услуг (трансфер, размещение, питание)
Государственная политика в сфере развития экспорта туристских услуг	0,2	3	Формирование положительного имиджа страны и рекламно-информационное продвижение. Содействие улучшению инфраструктурных условий
Сложившиеся социально-культурные взаимоотношения отношения в обществе, толерантность и обеспечение безопасности	0,3	3	Пропаганда толерантности. Повышение культуры общения, отношений и быта. Снижение уровня преступности. Сохранения национальных традиций и обычаев

По данным Всемирной туристской организации Россия обладает огромным потенциалом по экспорту туристских услуг. По их оценке, Россия готова принимать до 40 млн иностранных туристов ежегодно. По данным Росстата в 2013 г. иностранными туристами было совершено 2 млн 664,8 тыс. поездок в нашу страну, что на 3,7 % больше, чем в 2012 г. В 2012 г. рост был 10 % по сравнению с 2011 г. В 2011 г. турпоток вырос на 9 %, в 2010 – на 2 %, в 2009 вообще ушел в минус (-8 %), в 2008 г. рост не превысил 4 % [8].

Использование потенциала экспорта туристских услуг в Российской Федерации составляет 6,7 % по сравнению с интегральным качественным показателем развитости институциональной среды экспорта туристских услуг. Это позволяет сделать следующие выводы:

1. Есть другие составляющие институциональной среды, которые также оказывают влияние на развитие экспорта туристских услуг.

2. Институциональная среда является необходимым, но недостаточным условием обеспечения развития экспорта туристских услуг в стране.

3. Для обеспечения развития экспорта туристских услуг страны необходимы активные инструменты организационно-экономического механизма в форме институционального корректирующего взаимодействия: государственно-частное партнерство, государственные программы, повышение инвестиционной привлекательности, создание туристско-рекреационных кластеров, рекламно-информационное продвижение туристского продукта страны.

Литература

1. *Гуляев, В.Г.* Туризм: экономика, управление, устойчивое развитие / В.Г. Гуляев, И.А. Селиванов. – М., 2008.

2. Международные экономические отношения: Учебник / под ред. Б.М. Смитиенко. – М., 2009.

3. Методологический комментарий Центрального банка. – URL: http://www.cbr.ru : официальном сайте Банка России.

4. *Овчаров, А.О.* Туристический комплекс России: тенденции, риски, перспективы / А.О. Овчаров. – М., 2009.

5. Платежный баланс и внешний долг Российской Федерации I квартал 2014 года // официальный сайт Банка России. – URL: http://www.cbr.ru.

6. Платежный баланс Российской Федерации за январь-июнь 2014 года официальный сайт Банка России. – URL: http://www.cbr.ru.

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». – URL: http://www.russiatourism.ru/rubriki/-1124140852/ Официальный сайт Ростуризма.

8. Российский статистический ежегодник. 2013 : Стат. сборник / Росстат. – М., 2013.

9. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 03.05.2012) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступающими в силу с 01.11.2012). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_129632/.

УДК 338.27; 338.001.36

Н.М. Белова

МЕЖОТРАСЛЕВАЯ МНОГОФАКТОРНАЯ МОДЕЛЬ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ АГРОРЕГИОНА

Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта № 13-32-01263 «Организационно-экономический механизм развития экспорта туристских услуг»

В статье рассматриваются вопросы по прогнозированию показателей социально-экономического развития Чувашской Республики как агропромышленного региона; проведены сравнения прогнозных результатов, рассчитанных с помощью метода статистических уравнений зависимости, и показателя, представленного в Стратегии социально-экономического развития Чувашской Республики до 2020 года.

Агрорегион, социально-экономическое развитие, метод статистических уравнений зависимости.

The article considers the issues of forecasting the indicators of socio-economic development of the Chuvash Republic as agricultural region; the author compared the forecast results, calculated using the statistical dependence equations and the indicator presented in the Strategy for socio-economic development of the Chuvash Republic till 2020.

Agroregion, socio-economic development, method of statistical dependence equations.

Отечественный сельскохозяйственный комплекс переживает сложный период своего развития. По данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, безработица на селе уже несколько лет подряд превышает критический 10 %-й уровень и сейчас ею охвачено порядка 2 млн селян. При этом 15 % деревенского населения живет за чертой бедности. Слабость российского малого и среднего бизнеса (МСБ) в агросфере состоит не столько в том, что количество таких предприятий недостаточно, про-