

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛЬЮ РЕГИОНА НА ПРИМЕРЕ ЗАБАЙКАЛЬСКОГО КРАЯ

Туристская отрасль оказывает огромное влияние на экономику региона за счет мультипликативного эффекта. Вклад в экономику различается в зависимости от видов туризма. Необходимо грамотное управление туристской отраслью, учитывающее экономические, социальные и прочие аспекты, характерные для внутреннего, въездного и выездного туризма. Статья посвящена вопросам управления туристской отрасли региона на основе системного подхода. С точки зрения системного подхода рассмотрены интересы и взаимосвязи трех блоков, формирующих туристскую отрасль: туристов, туроператорских компаний, государственных органов исполнительной власти, курирующих развитие туризма. Проведена работа по оценке факторов привлекательности въездного туризма. Выявленная первичная качественная информация имеет прикладной характер. Полученные данные будут способствовать совершенствованию туристского продукта за счет включения в него услуг, востребованных иностранными туристами. Показаны элементы механизма развития внутреннего туризма на основе кластерного подхода. Доказано, что точкой соприкосновения трех блоков является внутренний туризм.

Ключевые слова: туризм; Китайская Народная Республика; Забайкальский край; мультипликативный эффект; управление; системный подход.

I. P. Monich

*PhD in Economics, Associate Professor,
Zabaikalsky State University*

P. A. Kisloshchayev

*PhD in Economics,
Zabaikalsky State University*

SYSTEM APPROACH TO REGIONAL TOURISM MANAGEMENT IN TERMS OF ZABAYKALSKY TERRITORY

The tourism industry exerts a great impact on the region's economy at the expense of the multiplier effect. Contribution to the economy differs depending on a tourism type. Expert management of tourist industry is strongly needed to be sensitive to economic, social and other aspects specific to domestic, inbound and international tourism. The article is devoted to management problems of the region's tourism industry on the basis of system approach. In the context of the system approach, consideration is given to the interests and interrelations of three block that form the tourism industry: tourists, travel companies and state government agencies supervising tourism development. Measures are taken in assessing factors of inbound tourism appeal. The primary qualitative information identified is of practical importance. The data gained will contribute to perfection of the tourist product at the expense of including in it the services sought-after by foreign tourists. The article shows mechanism elements for domestic tourism development in terms of the cluster approach. It is proved that the domestic tourism is the contact point for the three blocks.

Keywords: tourism; People's Republic of China; Zabaikalsky Territory; multiplier effect; management; system approach.

В России в последние годы активно ведутся научные исследования по переосмыслению феномена туризма в современном обществе. Туризм можно рассматривать как один из путей диверсификации экономики ресурсо-ориентированного региона, к которым относится Забайкальский край. Благодаря мультипликативному эффекту туризм может стать локомотивом сопутствующих отраслей экономики и способствовать повышению уровня инфраструктуры региона. На текущий момент вклад от туризма в валовый региональный продукт (ВРП) Забайкальского края меньше аналогичных показателей Республики Бурятия и Иркутской области. Обладая туристским потенциалом, уникальным геополитическим положением, логистической доступностью для иностранных туристов из Азиатско-тихоокеанского региона, Забайкальский край не использует данные преимущества в полной мере. Необходим комплексный подход к управлению сферой туризма, который позволит максимально использовать ключевые преимущества и диверсифицировать ресурсную ориентированность экономики края.

Туризм рассматривается как результат взаимодействия смежных секторов экономики при формировании, продвижении и предоставлении туристам определенных услуг. Системный подход заключается в рассмотрении туризма в качестве системы, обладающей собственной сложной структурой, являющейся частью экономической системы региона, взаимодействующей с другими отраслевыми системами. В данном контексте его можно рассматривать в качестве комплексообразующей отрасли, основанной на интегрированном использовании всего экономического, культурного и природного потенциала территории, целенаправленно организующей деятельность других отраслей, а собственно туристскую индустрию — как узкий сегмент деятельности по доставке платежеспособного клиента в регион и предоставлению его обслуживания местной экономике.

С точки зрения системного подхода туристскую отрасль можно представить как систему из трех взаимодействующих элементов, блоков или игроков туристического рынка: государства, туристических компаний и туристов.

Первый блок — государство в лице исполнительной и законодательной власти, курирующей развитие туристской отрасли. Для государства приоритетным является внутренний и въездной туризм ввиду мультипликативного эффекта, свойственного туристической отрасли. Мультипликативный эффект в туризме связан с тем, что при обслуживании туристов задействуются смежные отрасли экономики: гостиницы и аналогичные средства размещения, транспортная инфраструктура, объекты общественного питания, гиды, переводчики и т. д.

Второй блок — туристические компании, туроператоры и турагенты. Технически они входят в первую линию мультипликативного эффекта. Туроператоры выступают инициатором мультипликативной волны, создавая туристский продукт или оказывая туристскую услугу, они формируют спрос на услуги смежных отраслей.

Третий блок — туристы (жители Забайкальского края, сопредельных регионов РФ, иностранные граждане).

У каждого перечисленного блока есть свои интересы и задачи, которые необходимо рассматривать через призму интересов государства, чтобы формировать интересы потенциальных туристов. Рассмотрим международный, въездной и внутренний туризм на примере приграничного региона Забайкальского края.

В Забайкальском крае главным туристическим партнером является Китай. В разные годы доля российских туристов, путешествующих в КНР, превышала 98 % всех обслуженных туристов на территории края. Наблюдается асимметрия туристических потоков в Китай. Соотношение выездного туризма к въездному в пиковые года было 67 к 1, т. е. на одного туриста из КНР, посетившего Забайкальский край, приходится 67 российских туристов, отправленных в КНР. Доминирует выездной туризм. Следует отметить, что именно внутренний и

вездной туризм является приоритетным, что прописано на региональном и на федеральном уровне в Законе об основах туристской деятельности.

В целях формирования конкурентоспособного туристского продукта в посткризисный период (с 2010 г.) остро встал вопрос выявления факторов привлекательности Забайкальского края для посещения гражданами КНР. Авторами было проведено исследование и через систему обратной связи установлены факторы привлекательности посещения Забайкальского края. Среди китайских туристов (1 000 чел.) провели анкетирование. Чтобы лучше оценить важность того или иного фактора, влияющего на принятие решения о посещении России, на часть вопросов предлагалось ответить по 10-балльной системе в соответствии с его важностью, например, уникальность природы, культурно-исторический потенциал или удобный случай посетить Россию. Отметим, что Россия для граждан КНР является европейской страной и ее посещение сравнимо с поездкой в Европу или США.

Согласно результатам опроса из 28 провинций и автономных районов Китая г. Читу посетили туристы 19 субъектов Китайской Народной Республики, начиная от приграничного северного (Автономный район Внутренней Монголии) и заканчивая самой южной провинцией (о. Хайнань). Основными (мотивирующими) факторами являются: удобный случай посетить Россию и уникальность природы территории — 9,2 и 8,7 баллов соответственно (рис. 1).

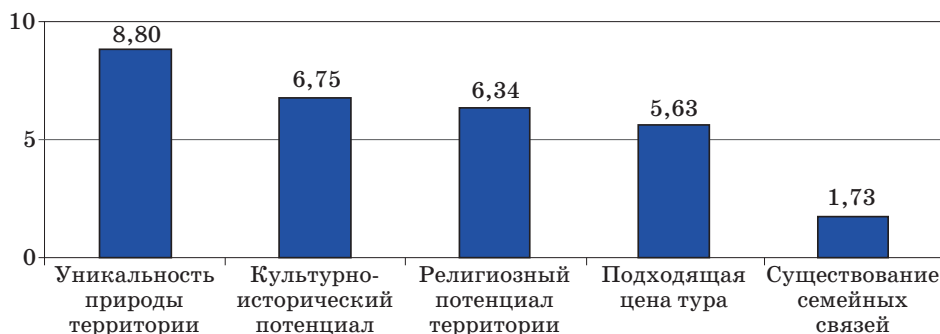


Рис. 1. Факторы привлекательности посещения Забайкальского края, %

В результате полученных данных был доработан существующий двухдневной тур в г. Читу с учетом факторов привлекательности. Данное исследование послужило одним из элементов смены тренда въездного туризма с негативного на позитивный в 2010 г.

В 2013 г. поток продолжил свой рост (рис. 2), при этом поменяв структуру. Так, до 2013 г. основной поток китайских туристов был направлен в столицу Забайкальского края г. Читу с двухдневными турами, а в 2013 г. доминировали однодневные туры в приграничный город Краснокаменск. Здесь кроется статистическая ловушка. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» дано следующее определение туриста: «турист — лицо, посещающее страну (место) временного пребывания в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания, на период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющее не менее одной ночевки в стране (месте) временного пребывания»¹ (курсив наш. — И. М., П. К.). Тур в Краснокаменск и приграничный город Забайкальск происходит без ночевки и сроком менее 24 ч, что не позволяет гражданам КНР считать туристами и возможно искажение статистических данных по их учету.

¹ Об основах туристской деятельности в Российской Федерации : федер. закон от 3 мая 2013 г. № 132-ФЗ.

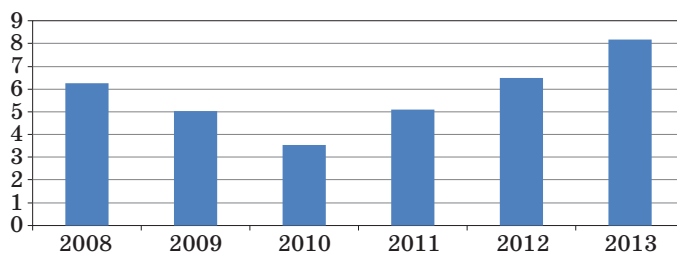


Рис. 2. Показатели въездного туризма на территории Забайкальского края в 2008–2013 гг., тыс. чел.

Второе направление выездного туризма — прямые туры от ведущих туроператоров России «Tez tour» и «Pegas» в такие страны, как Турция, Тайланд, Индонезия. Данный факт расширяет возможности отдыха жителей Забайкальского края, при этом вклад в экономику минимален. В данном случае местные туристические компании, выступая в роли турагентов, действуют от лица туроператоров по продвижению и продаже турпакетов.

Мультипликативный эффект отсутствует, доход в бюджет складывается только от налогов на прибыль турагента как юридического лица и от налогов на заработную плату. Как правило, в качестве налогооблагаемой базы выбирается режим «доходы минус расходы», где доходом является размер агентского вознаграждения. Размер агентского вознаграждения в среднем составляет 5–10 % от стоимости тура, таким образом в крае остается 5–10 % от оборота данного вида выездного туризма, который после выплаты налогов может быть инвестирован в экономику края или выплачен в виде дивидендов учредителям [4].

Забайкальский край богат природными туристскими объектами: Красный Чикой, Алханай, Чарские пески. Главным недостатком большинства объектов туризма является плохая транспортная доступность. Необходимо создавать туркластеры, обладающие хорошей транспортной доступностью.

На территории, отвечающей требованиям кластеризации, через механизм государственно-частного партнерства, что подразумевает заключение концессионного договора, осуществляется инвестирование в объекты туристской инфраструктуры со стороны государства, из федерального бюджета идет финансирование инфраструктуры: модернизация существующих и строительство новых автодорог, увеличение электромоцностей, строительство очистных сооружений. Данная инициатива является стимулом для частных компаний инвестировать в объекты туризма, которыми непосредственно пользуются туристы. Таким образом, в рамках кластера создается новый инновационный продукт, включающий в себя более качественные услуги по размещению, питанию и обслуживанию туристов. Создаваемый продукт также сочетает в себе уникальность природного потенциала территории с исторической и этнической спецификой (комплекс «Русская деревня», святыни буддизма, историческое наследие декабристов), который выводится на внешний трансграничный и внутренний российский рынок с интеграцией в аналогичные туристические сегменты Бурятии и Иркутской области, а также в российские и трансграничные бренды «Восточное кольцо России», «Великий чайный путь», «Восточно-Азиатский треугольник», «Восточные ворота России: Забайкальск — Маньчжурия». При этом экономический эффект от развития туризма через кластерный подход рассчитан нами на примере кластера на оз. Арахлей. Мультипликативный эффект выражается в форме бюджетных поступлений в размере 430,69 млн р. к 2018 г. и создания 2 954 новых рабочих мест [1; 2].

Необходимо выделить ключевые точки развития туризма, желательно отвечающие требованиям кластеризации. Например, особоохраняемая природная территория на оз. Арахлей, национальный парк Алханай. Следует инте-

грировать их с аналогичными сегментами в Республике Бурятия, Иркутской области и создать на их основе уникальные туристские продукты с выходом на трансграничные рынки: Восточно-Азиатский треугольник, Восточное кольцо России и т. д. [3].

Точкой соприкосновения трех блоков является внутренний туризм. Интересы туристов необходимо формировать исходя из интересов государства. Развитие внутреннего и въездного туризма удовлетворяет интересам всех трех элементов рынка:

- обладает мультипликативным эффектом;
- поднимает уровень благосостояния населения за счет развития инфраструктуры;
- повышает инвестиционную привлекательность и готовность бизнеса инвестировать в объекты туристической индустрии.

Список использованной литературы

1. Даниленко Н. Н. К вопросу о содержании понятия «туристский кластер» / Н. Н. Даниленко, Н. В. Рубцова // Региональная экономика: теория и практика. — 2013. — № 33. — С. 45–53.
2. Мониц И. П. Управление инновационной деятельностью в сфере туризма / И. П. Мониц // Вестник Читинского государственного университета. — 2011. — № 11 (78). — С. 9–14.
3. Самаруха В. И. Концепция развития туризма в Байкальском регионе / В. И. Самаруха, О. В. Чистякова // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2012. — Т. 2 (144), вып. 2. — С. 184–189.
4. Самаруха В. И. Концепция развития туризма в муниципальном образовании «Тункинский район» (на период до 2020 г.) / В. И. Самаруха, В. Ю. Буров, Н. Д. Петухов. — Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2009. — 42 с.

References

1. Danilenko N. N., Rubtsova N. V. On problem of concept content of «tourist cluster» *Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika – Regional Economy: theory and Practice*, 2013, no. 33, pp. 45–53 (in Russian).
2. Monich I. P. Management of innovation activities in tourism industry. *Vestnik Chitinskogo gosudarstvennogo universiteta – Bulletin of Chita State University*, 2011, no. 11 (78), pp. 9–14 (in Russian).
3. Samarukha V. I., Chistyakova O. V. Concept of tourism development in the Baikal Region. *Nauchno-tehnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo politehnicheskogo universiteta. Ekonomicheskie nauki – Scientific and Technical Gazette of St. Petersburg State Polytechnic University. Economic Sciences*, 2012, vol. 2 (144), iss. 2, pp. 184–189 (in Russian).
4. Samarukha V. I., Burov V. Yu., Petukhov N. D. *Kontseptsiya razvitiya turizma v munitsipalnom obrazovanii «Tunkinskiy rayon» (na period do 2020 g.)* [Concept of tourism development in municipal entity «Tunka District» (for the period till 2020)]. Irkutsk, Baikal State University of Economics and Law Publ., 2009. 42 p.

Информация об авторах

Мониц Иван Павлович — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики и бухгалтерского учета, Забайкальский государственный университет, 672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30, e-mail: i_v_a_n@mail.ru.

Кислощачев Павел Андреевич — кандидат экономических наук, старший преподаватель, кафедра антикризисного управления, финансов и кредита, Забайкальский государственный университет, 672039, г. Чита, ул. Александрo-Заводская, 30, e-mail: neoprofessor@mail.ru.

Authors

Ivan P. Monich — PhD in Economics, Associate Professor, Chair of Economics and Accounting, Zabaikalsky State University, 30 Aleksandro-Zavodskaya Str., 67039, Chita, Russia, e-mail: i_v_a_n@mail.ru.

Pavel A. Kisloshchayev — PhD in Economics, Senior Lecturer, Chair of Anti-Crisis Management, Finance and Credit, Zabaikalsky State University, 30 Aleksandro-Zavodskaya Str., 67039, Chita, Russia, e-mail: neoprofessor@mail.ru.